

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David, 1991, *Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name*, Free Press, New York.
- Ackaradejruangsri, Pajaree. 2013. "The Effect Of Product Quality Attributes On Thai Consumers' Buying Decisions". *Journal Of Asia Pasific Studies Vol 33*, 24-29.
- Brown, et al. 2009. *Chemistry Contexts* Edisi 11. Australia. Pearson Education Australia..
- Dwi, Ratna dan Rahayu, Sri. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang". *Jurnal Manajemen Vol 1, Nomor 1*, 1-13.
- Ferdinand, A. 2011. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Harjadi, Dikdik dan Fatmasari, Dewi. 2008. Word of Mouth (WOM) Communication Sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran. *Equilibrium Vol. 4 No. 8*.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indrawijaya, Sigit. 2012. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Dalam Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil Di Kabupaten Sarolangun". *Jurnal Mankeu Vol 1, No3*, 193-208.
- Irvandi, Yogi. 2010. "Pengaruh Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Nike di Jakarta". *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Kaplale, Raihana. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Kasus Pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Ambon)". *Jurnal Agribisnis Kepulauan Vol 2, No 1*, 63-77.
- Kotler, P. dan K. L, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L.,. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* terj: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Erlangga: Jakarta

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Jakarta. Erlangga.

Lotulung, Lapian, dan Moniharapon. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado”. *Jurnal EMBA Vol 3, No 3, 817-826*.

Ouwersloot, Hans and Tudorica Anamaria, 2001, *Brand Personality Creation through Advertising*” dalam Maxx Working Paper 2001-01, February 2nd 2001.

Rangkuti. 2009. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. Jakarta. Gramedia.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.

Soewito, Yudhi. 2013. “Kualitas Produk, Merek, Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”. *Jurnal EMBA Vol 1, No 3, 218-229*.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua cetakan ketujuh. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

[www.swa.co.id](http://www.swa.co.id), [www.indonesiainancetoday.com/](http://www.indonesiainancetoday.com/) di akses pada tanggal 21 Januari 2016 jam 17.23

<http://ekonomi.kompasiana.com/> di akses pada tanggal 01 januari 2017

<http://warungasep.net/2015/12/15/honda-beat-terjual-1-855-349-unit-dalam-11-bulan-di-tahun-2015/> di akses pada tanggal 4 Februari 2016 jam 21.05

<http://sapeken77.blogspot.co.id/2012/04/penjualan-sepeda-motor-honda-masih.html> di akses pada tanggal 4 Februari 2016 jam 21.45.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Honda\\_Beat](https://id.wikipedia.org/wiki/Honda_Beat) di akses pada tanggal 4 Februari 2016 jam 21.50