

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, E. S. (2016). Kualitas produk, harga distribusi dan citra merek serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Semarang. *Dokumen Karya Ilmiah*
- Antou, S. W., Siwu, J. F., & Mallo, J. F. (2013). Manfaat helm dalam mencegah kematian akibat cedera kepala pada kecelakaan lalu lintas. *Jurnal Biomedik (JBM)*, 5(1), 29-36.
- Apriliya. (2016). Pengaruh *word of mouth*, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi pada mie akhirat di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3).
- Babin, Barry J; L, Yong-Kie; Kim, Eun-Fu; dan Griffin, Mitch (2005). "Modeling consumer satisfaction and Word-Of-Mouth Restaurant Patronage Korea." *Journal of service Marketing*, Vol.19, pp.133-139
- Destari, N., & Kasih, Y. (2014). Analisis pengaruh atribut produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian tas eiger di kota Palembang. *Jurnal Manajemen*
- Dewi, L., Kamener, D., & Yuliviona, R. (2016). Pengaruh atribut produk, sikap, dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di café coffee toffee Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 9(2).
- Diana, G. R. (2017). Pengaruh atribut produk, harga, citra merek dan komunikasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) terhadap keputusan pembelian. *Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Semarang*.
- Firdaus, R., & Windarto, A. (2012). Desain helm kendaraan sepeda motor dengan pelindung belakang berkonsep retro. *Jurnal Sains dan Seni Pomits*, 1 (2).
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J., J. Babin, B. J., & Anderson, R, E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). United States of Amerika: Pearson Education Limited 2014. Retrived from [www.pearsoned.co.uk](http://www.pearsoned.co.uk).
- Hamdalah, R. S. (2018). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk helm KYT. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 6(1), 229-241
- Homer, E. C. (2017). Analisis pengaruh *brand image* dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian jasa PT JNE pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis USU. *Universitas Sumatera Utara*
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>.

- Kusumawati, D. D. (2015). Pengaruh green product, atribut produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Tupperware pada mahasiswa UNY. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- McCharty, E.J. (2010). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muliati, A. N. R., & Suryoko, S. Pengaruh atribut produk, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian” (studi kasus pembelian re: on comics pada anggota reonites). *Universitas Diponegoro*
- Nugroho, D. W., Suharyono.,& Sunarti. (2018). Pengaruh atribut produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1).
- Nugroho, J. S . 2010. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : kencana Prenada Media.
- Padmanty, S, & Handayani, L. T. (2017). Pengaruh atribut produk, gaya hidup dan *celebrity endorser* terhadap pembelian *smartphone* di Surakarta. *University Research Colloquium*, ISSN 2407-9189.
- Pratiwi, A. L. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan. *Universitas Syarif Hidayullah Jakarta*.
- PT Media Satu Liputan. (2013, juni 15). *PT Tarakusuma Indah Raih REKOR MURI Sebagai Produsen Helm dengan Varian Terbanyak*. Retrieved march 7, 2019, from StephenLangitan.com: <http://stephenlangitan.com/archives/73299>.
- Purwanto, E. H. (2015). Signifikansi helm SNI sebagai alat pelindung pengendara sepeda motor dari cedera kepala. *Jurnal Standardisasi*, 17(1), 31-46.
- Putra, R. H., Juniwati.,Pebrianti, W. (2019). Pengaruh citra merek, atribut produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian motor vespa pada PT. Daya auto premier di kota Pontianak. *Jurnal Manajemen dan bisnis*, 7(1).
- Rankuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integreted marketing communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, P. B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft excel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Sari, R. D. K. & Surmawan (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian mebel pada cv. Mega jaya mebel semarang.



- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. (J. Wiley & Sons, Eds). (Seventh Ed). Jilid 2. Chichester, West Sussex, United Kingdom
- Sernovitz, A. (2006). *Word of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking*. Chicago : Kaplan Publishing.
- Setiawan, K. M., & Djoko, H. (2018). Pengaruh gaya hidup, *brand image*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian oppo *smartphone*. *Universitas Diponegoro*.
- Setiawan, M. I. (2013). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian helm merek INK jenis *open face*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1(1).
- Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Marlin S, & Melina M. (2011). *Rest The Power Word of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia.
- Supranto, J. (2002). *Metode Peramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Tarakusuma Indah. (Juni, 2016). *KYT Helm Lokal yang Mengglobal*. Retrieved July 15,2019 from [Http://www.tarakusumaindah.com](http://www.tarakusumaindah.com)
- Widjaja, B. T. (2008). *Lifestyle Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

