

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- A.M, Morissan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI.
- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 12 (1): 92-115.
- ADRIANY, V. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. TB Simatupang. *Commerce Jurnal Ilmiah*, 6(1), 63-82.
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya
- Archi Ruslim. 2015. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.3.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2).
- Arifin, Adyatma. 2012. Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. <https://core.ac.uk/download/files/644/25486415.pdf>. Diakses 22 januari, 2016
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Danang Sunyoto (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. (cetakan ketiga). CAPS(Center of academic Publishing Service).
- Fatma A. Kuengo (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA*: Vol 5. No 1.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Pertama). Surabaya: Qiara Media.
- Fitri Komalasari (2012) “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hndphone Nokia Eseries”, *E-Journal Ekonomi*. Tahun 2012.
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghufron Efendi. 2013. Pengaruh Citra Merek, Iklan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Supermi.
- Hadari Nawawi. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Lembaga Penerbit Gajahmada University Press.
- Handika, M.R., Maradona, A.F., and Darma, G.S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (2): 188-199.
- Hasan Ma'aruf, **pengaruh kualitas produk, citra merek dan iklan terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor matic di Purwodadi**. jurnal ekonomi dan bisnis (vol 1 2015)
- Herlambang, Susatyo. 2014. Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran. Yogyakarta : *Gosyen Publishing*.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2): 143-165
- Komaria, Aan. Dan Satori, Djam'an (2011). *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung : Alfabeta
- Kotler Philip dan Gary Armstrong.2012.Principles of Marketing, Global Edition, 14 Edition.Pearson Educat
- Kotler, Phillip. Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing 16th Edition*. England Pearson.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. Marketing Management 13 New Jersey: Pearson Prentice Hall.Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management. New Jersey: Pearson Global Edition
- Kotler, Philip dan Keller.L 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas.Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2013, Manjamen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2
- Mandan, Hossein, dan Furuzzandeh. 2012. Investigating the Impact of Advertising on Customers' Behavioral Intentions. *Business and Economic Research*. Vol 3(1), pp 1 -20
- Morissan, 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

- Morissan, 2015 Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Prenada Media Group
- Nasution, A. E., Putri, Pratami, L., & Lesmana, Taufik, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan.
- Nasution, S. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Terhadap Penjualan Pada Usaha Mikro Pengrajin Sepatu Di 83 Kecamatan Medan Denai. In *Prosiding Sosial, Ekonomi dan Humaniora* (pp. 60–69).
- Niazi, G.S.K.; Siddiqui, J.; Shah, B.A; dan Hunjra, A.I. 2012. Effective Advertising and its Influence on Consumer Buying Behavior. *Information Management*
- Parasayu, D. A., & Widayanto, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Goreng Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 94-103.
- Pricilia Natalia. 2014. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Managemen*. Vol.2 No.2.
- Putra, A.N.Eka. 2010. Pemaknaan Iklan Axis di Televisi. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional. Mei 22, 2016. http://eprints.upnjatim.ac.id/853/1/file_1.pdf.
- Rahman, A. (2010). *Strategi DaHxyat Marketing Mix*. Jakarta: Trans Media.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta
- Rochaety E, dkk. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*, Edisi Pertama. Penerbit Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Salim, A., Yusta, R, N., Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Promosi terhadap Keputusan Pembelian Beringin Rajawali Kota Padang. *EKOMBIS REVIEW:jurnal ilmiah Ekonomi dan bisnis*, 10(S1).
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, B. (2014). *Riset Pemasaran (Pertama)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambow, Sandy. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No. 3 September 2015, Hal. 300 - 311. Diunduh dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/search/>. Diakses pada: 16 juli 2020.
- Sitinjak, Tumpal JR & Sugiarto. 2006. *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukadji, Soetarlinah. 2000. *Penyusunan dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Universitas Indonesia Press: Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2015. *PerilakuKonsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2012). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suprayanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA : Bogor
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Tjiptono, F. (2012). *Stratrgi Pemasaran (Ketiga)*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Kedua)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono. F. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Umar, Husein. 2019. *Metode Riset Manajemen Perusahaan (Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Disertasi)*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.

Widiyono dan Mukkhaer Pakkanna. (2013) *Pengantar Bisnis Respon terhadap Dinamika Globa. Edisi Pertama*. Jakarta: Motra Wacana Media.

Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung: Pustaka.

<https://otomotif.okezone.com/read/2017/01/03/15/1582528/ini-penyebab-yamaha-tidak-capai-target-penjualan-pada-2016>

<https://warungasep.net/2020/01/22/data-aisi-ekspor-sepanjang-tahun-2019-yamaha-masih-rajanya/>

<https://warungasep.net/2020/01/22/data-aisi-ekspor-sepanjang-tahun-2019-yamaha-masih-rajanya/>

<https://www.carmudi.co.id/journal/ini-penyebab-penjualan-sepeda-motor-baru-terusmenurun/>

[www.Okezone.com](http://www.okezone.com), Diakses Rabu 4 Januari 2017)