

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2(2).
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. IPB Press.
- Amron, A. (2018). The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Amstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., & Buchwitz, L. A. (2016). *Marketing: An Introduction, Sixth Canadian Edition*. Toronto : Pearson.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2).
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.

- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55–66.
- Asshiddieqi, F. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Crooz Di Distro Ultraa Store Semarang)* [PhD Thesis]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Atabik, A. (2018). Pemasaran Desain Produk Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 1(1), 87–97.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Barito Utara. (t.t.). Diambil 8 Maret 2021, dari <https://barutkab.bps.go.id/statictable/2018/05/09/1336/jumlah-penduduk-kabupaten-barito-utara%20menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-2017.html>
- Bagaskara, A. M., & Khasanah, I. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Semarang* [PhD Thesis]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Bilson, S. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen*, 4(10).

- Dibb, S., Simkin, L., Priade, W. M., & Ferrell, O. C. (t.t.). *Marketing Concepts and Strategies*. Cengage Learning EMEA.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Erdiyani, I. (2018). *Implementasi Marketing Mix dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada Bubble Spot Cafe Magelang*.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(1), 203–213.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gulo W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*. Parama Publishing.

- Hafizah, Y. (2017). *Dimensi Normatif Ekonomi Islam: Penjelasan Seputar Ayat-ayat Ekonomi dalam Al-Qur'an*. Kurnia Kalam Semesta.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.
- Hariansyah, W. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Di Dealer Honda Sleman Yogyakarta)*. Fakultas Ekonomi.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects Of Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Evidence From Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20–35.
- Homburg, C., Schwemmler, M., & Kuehnl, C. (2015). New Product Design: Concept, Measurement, And Consequences. *Journal of marketing*, 79(3), 41–56.
- Honda. (2020). Dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Honda&oldid=17532554>
- Kamariah. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Produk Smartphone Samsung terhadap Minat Beli Masyarakat di Kota Banjarmasin*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (t.t.). Diambil 6 Maret 2021, dari <https://kbbi.web.id/pengaruh>
- Kobayogas. (2019, Februari 22). Data Aisi Januari 2019 Nih, Siapa Naik Siapa Turun? *KobaYogas.COM - Your Automotive Blog*. <http://kobayogas.com/2019/02/22/data-aisi-januari-2019-nih-siapa-naik-siapa-turun/>
- Kumala, F. O. N., & Anwar, Moch. K. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Monroe, K. B. (1973). Buyers' Subjective Perceptions Of Price. *Journal of marketing research*, 10(1), 70–80.
- News, T. (2017, Desember 23). *Sejarah dan Perkembangan Industri Otomotif Honda*. TAGAR. <https://www.tagar.id/sejarah-dan-perkembangan-industri-otomotif-honda>
- Nugraha, A. A. (t.t.). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Studi pada Konsumen Produk Mie Sedaap Di Yogyakarta)*.

- Penyusun, T. (2015). *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*. Universitas Widyatama.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Rosim. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Produk Motor Yamaha Mio Soul pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*.
- Rosmitha, S. N. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(2), 201–217.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Pusaka Jambi.
- Sari, A. K. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).

- Sari, T. F. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pond's (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara)* [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- SEJARAH TRIO MOTOR. (t.t.). *Trio Motor*. Diambil 17 Oktober 2020, dari <http://triomotor.co.id/m/sejarah-trio-motor/>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. KENCANA.
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Smith, T. J. (2011). *Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts and Establishing Price Structures*. South Western.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Consumer's Buying Decision Of Fast Moving Consumer's Goods With Culture As A Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3).

- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus*. CV. Andi Offset.
- Sujarweni, V. W. (2015a). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015b). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. GUEPEDIA.
- Syamsudin, & Sunaryo, D. (2019). *Buku Ajar Mata Kuliah Statistik II*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, A. U. (2016). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk iPhone*.
- Visi dan Misi. (t.t.). *Trio Motor*. Diambil 5 Desember 2020, dari <http://triomotor.co.id/m/visi-dan-misi/>
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Toeri dan Penerapan*. UB Press.