

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(July), 406–413.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Ardian, O. B. &, & Wijaya, A. C. (2016). *Analisa Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan JW Marriot Surabaya Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara*. 4(1), 1–23.
- Ariestania, V. R., & Dwiarta, I. M. B. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 12–18.
- Aristyo, R. (2021). *Bukan Jakarta, Populasi Motor Terbanyak Ternyata di Jawa Timur*. 03 Februari 2021. <https://www.inews.id/otomotif/motor/bukan-jakarta-populasi-motor-terbanyak-ternyata-di-jawa-timur>
- Aryanti, K., Imbayani, A, G, I., & Ribek, K, P. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada Pt.Hatten Bali. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 2, 218–232. <https://e->

- journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1423
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion. *Jurnal Mix*, VI(2), 188–205.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan merek (Planning & Strategy)*. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Kensiwi, N., N.Rachma, & ABS, M. K. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(4), 218–230.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8474/7036>
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408.
- Krypton, A. (2020). Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Iphone (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Pendidikan Vokasi UI). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(1), 36–44.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*.
- Muzzamil, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam

- Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14–29.
- Naafi, N. A., & Basuki, R. S. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Grapari Telkomsel Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 589–594.
- Nelly, Rahmi, Syamsudin. Nurfaini, Ikbar. Syamsuddin, & Nawir. Muhammad. (2021). *Binaan Pascasarjana Unpas Universitas Pasundan Bandung*. 2, 1–141.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Pangastuti, D., & Lestari, H. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di Ciputat Tika. *Manajemen*, 1(2), 971–976.
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- PT. Gajah Tunggal Tbk. (2021). *Produksi anak bangsa dengan teknologi Jepang, pilihan pabrikan motor terkemuka*. 2021. <https://www.irctire.co.id/in/tentang-irc>
- Putranto, A. T., & Qiyanto, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 1–11. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa
- Santoso, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekuilbrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.24269/ekuilbrium.v11i1.112>
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral

- Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Ambassador, Pengaruh Brand Marketing, Viral Brand, D A N*, 9(4), 841–850.
- Statistik, B. P. (2020). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Provinsi dan Jenis Kendaraan (unit), 2020*. [Www.Bps.Go.Id](http://www.bps.go.id).
https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/V2w4dFkwdFNLNU5mSE95Und2UDRMQT09/da_10/1
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 204.
<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>
- Tarigan, A. S., & Siregar, Z. (2019). Pengaruh Harga Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi kasus pada Oppo Store, Sinergy Celular Medan). *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 17. <https://doi.org/10.24114/plans.v14i1.13324>
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.
<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wirakanda, G. G., & Apriyanti. (2020). Pengaruh Sales Pomotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Bli-bli.com) Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. *Bisnis Dan Pemasaran*, 10,1–11.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*.