

DAFTAR PUSTAKA

- Remiasa, M., & Lukman, Y. (2008). Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan *Coffee Shop* Asing Dan *Coffee Shop* Lokal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(2), 70–79. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.2.70-79>
- Magister, H., Universitas, M., & Yogyakarta, M. (2018). Strategi *Positioning* Dalam Persaingan Bisnis (*Points of Difference* Dan *Points of Parity*). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824. <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Syifa S Mukrima. (2017). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 2017, 6–32. [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB II.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian 2021*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Karadeniz, M. (2009). *Product Positioning Strategy In Marketing Management*. *Journal of Naval Science and Engineering*, 5(2), 98–110. https://www.dho.edu.tr/sayfalar/02_Akademik/Egitim_Programlari/Deniz_Bilimleri_Enstitusu/Dergi/08_mustafa_karadeniz.pdf
- Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu, S. (2007). *Facile synthesis of dumbbell-shaped dendritic-linear-dendritic triblock copolymer via reversible addition-fragmentation chain transfer polymerization*. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Pendekatan. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Edwina, D. E. (2020). Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada

Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–48.

Wibawa, K. A. A. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 4(2), 121–127.

Widyaningtyas, D., & Widodo, T. (2017). Analisis Pangsa Pasar Dan Daya Saing Cpo Indonesia Di Uni Eropa. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 138–145. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4510>

Istanto, Y. (2010). Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan *Positioning* Terhadap Kinerja (Survey Pada Koperasi Serba Usaha Di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Buletin Ekonomi*, 8(2), 124–135.

Adetunji James, A., & Thomas Kalu, E. (2015). *Positioning Strategies and Competitive Advantage in Nigeria's Airline Industry. Journal of Business Management and Economics* 3 : 12, 11-18

Najib, M. A. (2016). Analisis Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Deterjen Merek Boom di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XV(1), 62–73. <https://doi.org/10.17358/jma.17.3.285>

Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok : PT Raja Grafindo Persada

Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Safitra, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28–44.

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. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2211>

Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.

Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Garuda1371462. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(1), 3228–3255.

Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–94.

Gammoh, B. S., Koh, A. C., & Okoroafo, S. C. (2020). *Positioning strategies of high-tech products: cross-cultural moderating effects of ethnocentrism and cultural*

openness. *Journal of Product and Brand Management*, 29(3), 369–385.
<https://doi.org/10.1108/JPBM-10-2018-2048>

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>

No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析Title. (2023). 2(2), 1–14.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Universitas, F. S. T., & Pekanbaru, T. (2022). *FST Universitas Terbuka Pekanbaru*. 2022(4), 1–8.

Uwera, J. (2022). *Product Design and Its Impact on Consumer Purchase Decision. Case Study of TBL, Azam, Coca-Cola, MeTL and Tanga Fresh Milk in Tanzania*. *African Journal of Economics*, 1. <https://doi.org/10.15804/ajepss.2022.1.15>

<https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20231026084550-595-1016100/penjualan-sepeda-motor-januari-september-tembus-47-juta-unit>

