

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138.
- Alpionita, L., & Nuraeni. (2023). *The Influence Of Price, Brand Image And Product Quality On Purchasing Decisions for Honda Vario Motorbikes (Case Study on Pelita Bangsa University Management Study Program Students)*. *Jurnal Mantik*, 7(2), 568–577.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *Journal Ekombis Review*, 9(2), 255–262. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1370>
- Hubbina, R., Mutia, A., & Putriana, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 459–475.
- Imani, A. N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 2537–2548.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 11(2), 8–16. <https://aripitstop.com/2020/01/21/intip-data->
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.

- Kurniawan, D., Rahayu, A., Dirgantiri, P. D., & Gaffar, V. (2022). *Influence of Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision. Dinasti International Journal of Digital Business Management (DIJDBM)*, 4(1), 21–25. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i1>
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8–16.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 137–145.
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on The Purchase Decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 3(1), 169–176. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembishttps://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/278>
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Journal of Business and Applied Management*, 15(1), 19–34. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Mappedeceng, R. (2021). *Influence Of Product Quality And Design On The Purchase Decision Of Honda Crv Motor Vehicles At PT. Sinar Sentosa (Case Study In Jambi City). Dinasti International Journal of Digital Business Management (DIJDBM)*, 2(6). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i6>
- Nuraeni, & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 177–186.
- Oktasari, M., Rinaldo, J., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max CV.Tjahaja Baru Damar Padang. *Matua Jurnal*, 3(3), 575–586.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Edisi 9)*. Salemba Empat.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas. *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4), 121–132.

- Sherry, & Heryenzus. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman. *eCo-Buss*, 5(2), 542–556. www.topbrand-award.com,2021
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2)*. Alfabeta.
- Sulistyo, A. N. B. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 327–336.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. ANDI OFFSET.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50.
- Taufiq, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(6).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. ANDI OFFSET. CV.
- Veronika, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Triangle*, 01(02), 210–223. <http://trianglesains.makarioz.org>
- Yenson, F., Sanjaya, T., Viviana, & Wong, F. W. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Capella Dinamik Nusantara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(1), 44–48.