**DAFTAR PUSTAKA**

Adinata, A.A Made Widia dan Suasana, I Gst. Agung Ketut Gede. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Toko Sekar Sari di Denpasar. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana [Vol 2, No 1 (2013)](http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/issue/view/657).

<http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/4133>

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Aries Susanty, Najid Bangun Adisaputra. 2011. Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. J@ TI Undip, Vol VI, No 3, September.

Ghozali, Imam 2005. Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gujarati, Damodar. 2001. *Ekonometrik Dasar*. Jakarta : Erlangga.

Herjanto, Eddy. 2006. Manajemen Operasi. Edisi Ketiga. Jakarta : Grasindo

Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Keller, Kevin. Lane., 2008., *Strategic Brand Management*: *Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Third Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc

Kertajaya, Hermawan, 2005, *Positioning Differentiation and Brand*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Tama, Jakarta.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2005. Principles Of Marketing (11th ed). New Jersey : Prentice Hall.

----------------------------------------. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan Jilid 1 & 2. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran,* Edisi 13, Jilid 1 & 2. Jakarta : Erlangga

Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Salemba Empat.

Oetama, Seanewati. 2011. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor honda di Sampit. Jurnal Socioscientia Kopertis Wilayah XI Kalimantan Vol. 3 No. 1 Februari 2011, Hal. 145 – 154

Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 2000. Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 4 Cetakan 1, Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Pratiwi, Putu Ayu Okky Arya dan Sudiksa, IDA BAGUS. 2013. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Agung Automall Denpasar. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/viewFile/5487/4537>

Purwati, Heri Setiawan dan Rohmawati. 2012. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda matic beat ( studi kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti). Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius) Vol. 2 No. 3 Sept 2012 Hal.260 – 277

Ridhwan, Ria Maharani, 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda All New Jazz di Kota Malang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB

<http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1051/965>

Santoso, Singgih. 2001. Buku Latihan SPSS. Edisi Kedua. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen* . Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Setyaningsih dan Darmawan, Didit. 2004. Pengaruh Citra Merek Terhadap Effektifitas Iklan, Jurnal Media Mahardika Vol. 2 No. 3 Hal 41-49.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi, Cetakan ke-4. Jakarta : Kencana.

Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi terpadu. Jilid 1. Edisi 5, Jakarta : Erlangga

Sudjana, 2005. *Metoda Statistika.* Bandung : Tarsito.

Sugiyono dan Eri Wibowo. 2004. *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10. O for windows*. Cetakan Keempat : November. Bandung : Alfabeta

Sunyoto, Danang. 2013. Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sekaran, Uma. 2000.*Reserch methods for Business.* New York.

Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung : Alfabeta.

Swastha, Dharmmesta. dan T.Hani. Handoko. 2008. *Analisis Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama. Cetakan ke IV. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. Service, quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.

Wahyuni, Sri. 2013. Analisi pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan dukungan layanan purna jual terhadap keputusan konsumen dalam membeli Skuter Matic Merek Honda di Kota Semarang. Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 13 No. 2, Agustus 2013, Hal. 153-160

Wibowo, Setyo Ferry, Indra Sasmita dan Agung Kresna Murti. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 4, No. 2, 2013

Yulianto, Bayu dan Khuzain. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Kawasaki. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 1 Nomor 1, Januari 2013.

Zeithaml, V. A, Bitner, M.J. & Gremler, D.D. 2007. Service Marketing. New York : MCGraw-Hill/Irwin.