

## DAFTAR PUSTAKA

- Akkas, Nasrullah dan Hj. Marwana. 2019. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV. Anugrah Perdana Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 105-110.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Amron. 2018. Buying Decision In The Consumers Of Automatic Motorcycles In Yogyakarta, Indonesia. *Journal Of Marketing Management*, 6, 90-96.
- Calder, B. J., & Malthouse, E. C. (2016). Engagement with Online Media. *Journal of Media Business Studies*. 39-56.
- Calvin L. Wangarry, Altje Tumbel & Merlyn M. Karuntu (2018), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana, *Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018*, Hal. 2058-2067
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Dewabrata, L., Kwanda, T., & Rahardjo, J. (2023). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Rumah Tinggal Kelas Menengah Menurut Broker Properti Di Surabaya. *Dimensi Utama Teknik Sipil*, 10(1), 58–76. <https://doi.org/10.9744/duts.10.1.58-76>
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Fuad, E.N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro / Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1), 56-67 <http://dx.doi.org/10.24856.v30i1.234>.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Fajar Tri. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Motor Honda di Komplek Graha Indah Bekasi), *Jurnal EMBA, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Hennik, M., Hutter, I. & Bailey, A. 2020. *Kualitatif Research Method*. SAGE Publication

- Isoraite, Margarita. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research Granthaalayah*, 4(6), 25-37
- Jackson, D., & Tomlinson, M. (2020). Investigating the Relationship between Career Planning, Proactivity and Employability Perceptions Amongst Higher Education Students in Uncertain Labour Market Conditions. *Higher Education*, 36 (4), 747-762. <https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1229270>
- Jobber, D. & Chadwick, E. 2016. *Principles and Practice of Marketing 7th Edition*. Maidenhead: McGraw-Hill Education
- Kim, T. K., Horner, M. W., & Marans, R. W. (2005). "Life Cycle and Environmental Factors in Selecting Residential and Job Locations." *Housing Studies*, 20(3), 457–473. <https://doi.org/10.1080/02673030500062335>
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management. 15th Edition. Vol. 7th Edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing. 17th ed*. Pearson.
- Lamb, C., Hair J., & McDaniel. 2013. *Essentials of Marketing 7th Edition*. USA: South Western
- Lukmandono. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Siswa SMK AL Basthomi Loceret Nganjuk. *Jati Unik*. 1,119-128.
- Poluakan, W.S. , B. Tewel dan H. Tawas. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion di Amurang. *Jurnal EMBA*.
- Porawouw, Y.Ch., S.L. Mandey dan S. S. R. Loindong. 2018. Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Malalayang. *Jurnal EMBA*. 6, 2038- 2047.
- Putra, A. P. dan S. Agustin. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5, 1-18.
- Rahadi, R. A., Wiryono, S. K., Koesrindartoto, D. P., & Syamwil, I. B. (2013). "Attributes Influencing Housing Product Value and Price in Jakarta Metropolitan Region". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 101, 368–378. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.07.211>
- Santoso, S. (2015). *SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia.

Sekaran, Uma, and Roger Bougie. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition. Vol. 7th Edition. Wiley.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Thompson, Artur. 2014. *Crafting and Executing Strategy*. United States: MCGraw-Hill.

Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20(15), 679–686. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00123-9)

Uzeme, G.E., Ohen. S.B. (2015). Marketing Mix Strategies and Entrepreneurial Competence: Evidence from Micro Restaurants in Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria. *International Conference in Agricultural Economist*, Milano.

Weenas, Jackson R.S. (2013), Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 4 tahun 2013, Universitas Sam Ratulangi, Manado.

