

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Apriliani, E. P. (2013). Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 180.
- Bimo, A. A., & Sukendro, G. G. (2018). Pemaknaan Fanatisme Bagi Pengguna Vespa di Kota Tangerang. *Koneksi*, 203.
- bibli.com. (2020, Juli 26). *blog*. Diambil kembali dari www.bibli.com:
<https://www.bibli.com/friends/blog/kelebihan-motor-vespa-matic-piaggio-13/>
- carmudi.com. (2021, Juli 21). *news*. Diambil kembali dari www.carmudi.com:
www.carmudi.com
- Citra, U. A. (2016). Pengaruh Brand community dan Atribut Produk Terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen Motor Honda CBR150R (CBU) . *Jurnal Akademik Universitas Pasundan*, 1.
- detik.com. (2017, Maret 14). *otomotif*. Diambil kembali dari www.detik.com:
www.detik.com
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Pemasaran Sains Indonesia*, 335.
- Ferdi. (2016, July 4). *news*. Diambil kembali dari www.otomotif.grid.id:
www.otomotif.grid.id
- Gozhali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progra, IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Elbert, R. J. (2009). *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.

- Hoda, T. (2015). A Study Analysing the Perception of Youngsters in Making Purchase Decision of Bikes or Scooters In and Around Landran near Mohali. *Biz and Bytes*, 54.
- Hutabarat, Y. L. (2015). ANalisis Pengaruh Brand Community sebagai Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.
- Indrawati. (2015). *.Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- industri.kontan.co.id. (2020, juli 28). *news*. Diambil kembali dari [www.industri.kontan.co.id: http://industri.kontan.co.id/news/tahun-lalu-penjualanpiaggio-meningkat-5](http://industri.kontan.co.id/news/tahun-lalu-penjualanpiaggio-meningkat-5)
- Katrin, I. L., Setyorini, H. D., & Masharyono. (2016). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy*, 246.
- Ketto, P. F., & Murti, D. C. (2016). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Sepatu Olahraga. *Academia*, 35.
- Kompas. (2017, Juli 26). *Otomotif*. Diambil kembali dari www.kompas.com: www.kompas.com
- Kotler, P., & Amstrong, K. L. (2018). *Principle of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kusuma, F. M. (2010). Pengaruh Brand Community Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Honda Megapro di Surakarta. *eprints undip*, 34.
- Laroche, M., & et.al. (2013). To be or not to be in social media: How to brand loyalty is affected social media. *International Journal of Information Management*, 34.

- Mahendro, B. P. J & Ariyanti, M. (2019). Analysis of E-Marketing Mix to Customer Purchase Decisions Traveloka. *Asian journal of Management Science & Education*, 72.
- Motorcycle Logos. (2021, Noember 10). <https://motorcycle-logos.com/>. Diambil kembali dari <https://motorcycle-logos.com/>: <https://motorcycle-logos.com/>
- Muniz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Customer Research*, 412-432.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Publica, B. N., & Widodo, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Stars (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2012-2015). *e-Proceeding of Management*, 1895.
- Ramadhan, F. R., & Rachmawati, I. (2018). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (Stud Pengguna di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 3131.
- Safitri, A. E. (2019). Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Gowa). *eprint UNM*, 245.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, A. W. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Isuzu Panther (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Astra Isuzu International Semarang) . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 35.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schouten, M. A., & Koenig. (1995). Subcultures of Consumption: An Ethnography. *Journal of Marketing*, 35.

- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konusmen pada Freshmasrt Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 71-80.
- Seng, & Husin. (2015). Product and Price Influence on Cars Purchase Intention in Malaysia. *International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS)*, 108-119.
- Septiana, D., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2015). Analisis Model Virtual Brand Community terhadap Keputusan Menggunakan Produk Sabun Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 39.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat .
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo. *UNY*, 1.
- Wulandari, Y., Nurhajati, & Basalamah, M. R. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 14.

Zikmund, W. G., & et.al. (2013). *Business Research Methods*. London:
CENGAGE.