

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*,.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*.
- Anano, M., & Nainggolan, N. P. (2019). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JARINGAN INTERNET PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA DI KOTA BATAM. *JURNAL AKUNTANSI BARELANG*.
- Angelia, D. (2022, April 21). *TOP Kendaraan Pilihan Gen Z, dari Beat hingga Brio*. Diambil kembali dari goodstats.id: <https://goodstats.id/article/kendaraan-pilihan-gen-z-adakah-favoritmu-XuUaX>
- Aprilianti, B. (2018). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, GAYA HIDUP DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA MASYARAKAT PRABUMULIH. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah*.
- Astuti, N. F. (2020, Juni 10). *Perbedaan Visi dan Misi yang Wajib Diketahui, Jangan Sampai Keliru*. Diambil kembali dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jabar/perbedaan-visi-dan-misi-yang-wajib-diketahui-jangan-sampai-keliru-klm.html>
- Azmy, A., Nauyoman, D., & Zakky, M. (2020). The Effect of Brand Image and Perception of Products on The Purchase Decisions of Matic Motorcycle in East Belitung. *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Cahyono, N. R. (2020). Keputusan Pembelian Pada Inovasi Produk Dan Peran Lokasi M2m Indonesian Fast Foodcabag Gedangan-Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan*.
- Dananjaya, D. (2022). *Aerox dan Lexi Muncul Kode Error 12, Cek Bagian Spul*. Jakarta: KOMPAS.COM.
- Dananjaya, D. (2022, Agustus 26). *Penjualan Motor Naik Dua Digit Juli 2022*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2022/08/26/110200215/penjualan-motor-naik-dua-digit-juli-2022>

- Dewa, C. B. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK YAMAHA N-MAX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI INTERNATIONAL BRAND IMAGE. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*.
- Dihni, V. A. (2022, Januari 17). *Jumlah Kendaraan Bermotor Terbanyak di Indonesia Menurut Polda (Januari 2022)*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/jumlah-kendaraan-bermotor-jawa-timur-terbanyak-se-indonesia>
- FORTUNA MOTOR OFFICIAL. (2020, April 17). *Makna Garputala Sebagai Logo yang Digunakan Yamaha Pada Produknya*. Diambil kembali dari fortuna-motor.co.id: <https://www.fortuna-motor.co.id/filosofi-logo-yamaha-motor/>
- FORTUNA MOTOR OFFICIAL. (2020, April 17). *Profil dan Sejarah Hingga Prestasi PT. YIMM di Indonesia*. Diambil kembali dari fortuna-motor.co.id: <https://www.fortuna-motor.co.id/yamaha-motor-indonesia/>
- Haidar, Abdul Afif & Nelly Martini.(2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yahama Mio Pada Dealer JG Dawuan. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Zdi Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*.
- Heryanto, B., Juwarni, D., Rochani, s., & Putra, Y. P. (2020). Analisis Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Risk : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*.
- Huda, N. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Infootomotif. (2022, Maret 1). *Sejarah Yamaha di Dunia Otomotif, Sempat Terlambat Tapi Berujung Sukses*. Diambil kembali dari kumparan.com: <https://kumparan.com/info-otomotif/sejarah-yamaha-di-dunia-otomotif-sempt-terlambat-tapi-berujung-sukses-1xZeLuLR80p>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS.
- Jamiah Erla Shernik Agustin; Sri Kasnelly; Abd Jalil. (2019). Strategi dan Daya Saing Perusahaan Honda, Yamaha dan Suzuki dalam Pasar Oligopoli di Kuala Tungkal. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*

- Kalputri, S. F. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Olive Fried Chicken di Glagahsari Yogyakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Kurniawati, M., Basalamah, R., & Farida, E. (2022). The Effect of Consumer Motivation, Perception and Attitude on The Purchase Decision of Asus Brand Laptops (case study on students at Rusunawa II UNISMA). *BIRCI Journal*.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Lina, L. F., Putri, A. D., & Anggraini, D. R. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*.
- Lokapitasari Belluano, P. L., Indrawati, I., Harlinda, H., Tuasamu, F. A. ., & Lantara, D. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Pieces Framework. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 11(2), 118–128. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i2.398.118-128>
- marketeers. (2022, Maret 26). *Marketeers Youth Choice Award 2022: Merek-Merek Pilihan Gen Z*. Diambil kembali dari www.marketeers.com: <https://www.marketeers.com/marketeers-youth-choice-award-2022-merek-merek-pilihan-gen-z/>
- Mian, G., Iseppi, L., Traversari, G., Ermacora, P., Cipriani, G., & Nassivera, F. (2022). Consumers Perceptions and Motivations in the Choice of Kiwifruits: A Study-Case in Italy, North-East. *Access Success*.
- Miati, L. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA*, 71-83.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*.
- Muzaki, L. (2020). *Mengenal Uji Asumsi Klasik Dilengkapi Contoh Soal*. Jakarta: pengadaanbarang.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Prabandini, R. T., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Sociolla. *Bisnis: Performa*, 18(1), 19–28.

<https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7890>

- Pramudiya, F. C., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria F150 di Kabupaten Karawang. *Jurnal Maksipreneur*.
- Prawiro, M. (2018, Oktober 31). *Pengertian Transportasi: Fungsi, Manfaat, Jenis dan Contoh Alat Transportasi*. Diambil kembali dari maxmanroe.co: <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-transportasi.html>
- Putri, V. K. (2021, November 25). *Fungsi Logo, Jenis, dan Aspeknya*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya](https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya)
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP OPPO. *Jurnal Ilmiah Hospitality 103*.
- Rachmawati, I., Sary, F. P., & Perdani, D. R. (2016). Influence of the use of brands in a foreign language (english) on the purchase decision process of cosmetic products made in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 24(July), 51–62.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*.
- Saefudin, Z. (2018). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, ATRIBUT PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI KLX 150cc di WILAYAH MAGELANG. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG*.
- Sari, S. D. (2019). ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN , PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA AUTOMATIC VARIO 150 CC DIKECAMATAN SUMBERSARI. *Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Shafly, N. (2022, Januari 18). *Merek Motor Terlaris Sepanjang 2021, Honda Tembus 3 Juta Unit!* Diambil kembali dari [gridoto.com: https://www.gridoto.com/read/223100198/merek-motor-terlaris-sepanjang-2021-honda-tembus-3-juta-unit](https://www.gridoto.com/read/223100198/merek-motor-terlaris-sepanjang-2021-honda-tembus-3-juta-unit)
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. locs Publisher.
- Siregar, K. R., Rachmawati, I., Millanyani, H., & Esperanza, M. (2022). Ipma Analysis of Acceptance of Use of Learning Management System (Lms). *Jurnal Sosioteknologi*, 21(1), 60–69.

<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2022.21.1.7>

- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Solihin, W., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE (STUDI PADA MAHASISWA UNSRAT DI MANADO). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Subowo, A. T. (2021). Membangun Spiritualitas Digital bagi Generasi Z. *Dunamis: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian, Edisi Revisi Tahun 2021*. Pekanbaru: Unri Press.
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan dan Keislaman*.
- Victor, V., Thoppan, J. J., Nathan, R. J., & Maria, F. F. (2018). Factors Influencing Consumer Behavior and Prospective Purchase Decisions in a Dynamic Pricing Environment—An Exploratory Factor Analysis Approach. *Social Sciences*.
- Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK Mendukung Marketing Credit Executive (STUDI KASUS: PT FIF GROUP). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTISI)*.
- Widi, S. (2022, Agustus 16). *Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya*. Diambil kembali dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>
- Wijayanti, S. K. (2021). Minat Belanja Produk Fashion Secara Online: Perbedaan Antara Generasi X, Y Dan Z. *Gerbang Etam*, 15(2), 29–40. <http://ejurnal.balitbangda.kukarkab.go.id/index.php/gerbangetam/article/view/171>
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). Impact of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- Wulandari, N. S., Sakti, D. B., & Athar, H. S. (2022). The Effect of Country of Origin and Country of Manufacture on Perceived Quality and Purchase Intention on Toyota Cars in West Nusa Tenggara, Indonesia. *Trajectoria Nauki = Path of Science*.

Yani Restiani Widjaja & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor. *Jurnal Sains Manajemen*

Yusup, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*.

Zein, S., Yasyifa, L., Ghazi, R., Harahap, R., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA KUANTITATIF MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*.

LAMPIRAN