

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, Adnan. "The Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 9.4 (2019): 234-249.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh Perceived Value , Brand Awareness , Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, IX*, 813–824.
- Anoraga, P. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56.
- Aprilia, L., & Wibowo, L. A. (2016). Pengaruh Faktor Individu Dan Sosial Terhadap (Survei Pada Pengguna Aplikasi Mobile Messaging Di Kota Bandung) Keputusan Menggunakan. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 205–215. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2289>
- Asman, N., & Apriliani, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sim Card Axis. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7), 398–414.
- Bagaskara, N. N., & Ngatno. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 726–735. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29765>
- Chukwu, B. A., Kanu, E. C., Bisnis, A., Igbinedion, U., & Edo, N. B. (2019). *Dampak iklan terhadap konsumen perilaku membeli*. 8(1), 1–15.
- Dwi Cahyono, K. (2002). Pengaruh Faktor-Faktor Individual Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat. *Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 120–132.
- Dzaki, F. Z. (2017). Daya Saing Perusahaan Honda dan Yamaha Dalam Struktur Pasar Dan Perilaku Industri Sepeda Motor Di Indonesia Tahun 2010-2017. *Naskah Publikasi - Universitas Islam Indoesia*, 1–28.

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 133. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2347>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Denokan Pustaka.
- Huda, kamal musthofa, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Coban Jahe. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 90–101.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Kaur, P., Dhir, A., Rajala, R., & Dwivedi, Y. (2018). Why people use online social media brand communities. *Online Information Review*, 42(2), 205–221. <https://doi.org/10.1108/oir-12-2015-0383>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Liliweri, A. (2019). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. KEncana.
- Nainggolan, B. (2023). The Influence Of Brand Image On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Intervening Variables (Case Study on Students of STIE Bina Karya Kota Tebing Tinggi). *Morfai Journal*, 2(4), 827–841. <https://doi.org/10.54443/morfai.v2i4.697>
- Nur'aeni, & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Abstrak PENDAHULUAN Pertumbuhan penjualan pasar sepeda motor Indonesia memperoleh pendapatan atau Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menjelaskan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 177–186.
- Pemani, P. O. S., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2017). The Effect Of Personal Factors *Jurnal EMBA*, 5(1), 68–77.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Denokan Pustaka.
- Huda, kamal musthofa, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Coban Jahe. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 90–101.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Kaur, P., Dhir, A., Rajala, R., & Dwivedi, Y. (2018). Why people use online social media brand communities. *Online Information Review*, 42(2), 205–221. <https://doi.org/10.1108/oir-12-2015-0383>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Liliweri, A. (2019). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. KEncana.
- Nainggolan, B. (2023). The Influence Of Brand Image On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Intervening Variables (Case Study on Students of STIE Bina Karya Kota Tebing Tinggi). *Morfai Journal*, 2(4), 827–841. <https://doi.org/10.54443/morfai.v2i4.697>
- Nur'aeni, & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Abstrak PENDAHULUAN Pertumbuhan penjualan pasar sepeda motor Indonesia memperoleh pendapatan atau Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menjelaskan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 177–186.
- Pemani, P. O. S., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2017). The Effect Of Personal Factors *Jurnal EMBA*, 5(1), 68–77.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Pratiwi, K. I., & Mandala, K. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3619–3645.

- Putra, Mahpriza, and Nurainun Nurainun. "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Pengguna Media Sosial Whatsapp Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Malikussaleh Di-Lhokseumawe." *Jurnal Visioner & Strategis* 10.2 (2021).
- Putri, H. A. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset*
- Rehman, F. ur, & Al-Ghazali, B. M. (2022). Evaluating the Influence of Social Advertising, Individual Factors, and Brand Image on the Buying Behavior toward Fashion Clothing Brands. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221088858>
- Rehman, F. ur, Bin Md Yusoff, R., Bin Mohamed Zabri, S., & Binti Ismail, F. (2017). Determinants of personal factors in influencing the buying behavior of consumers in sales promotion: a case of fashion industry. *Young Consumers*, 18(4), 408–424. <https://doi.org/10.1108/YC-06-2017-00705>
- Saputra, O. F., & Susilowati, C. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endoser (Studi Pada Produk “Malang Strudel” Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol 6(1), 1–16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5012/0>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Prentice Hall.
- Sumawidjaja, R. N. (2017). Strategi PT. Astra Honda Motor Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan. *Jurnal Indonesia Membangun*, 16(2), 14–25.
- Sunanto. (2015). Analisis Pengaruh Faktor Individu, Lingkungan Konsumen, dan Strategi pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotik Sunfarma Tangerang selatan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen*, 3(1).
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi
- Utami, D. I. (2022). Pengaruh Daya Tarik Celebrity Endorser, Kredibilitas Celebrity Endorser, Kreativitas Iklan Dan Kemenarikan Pesan Iklan Terhadap Niat Beli Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 391–402. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.5950>
- Wulandari, D. S., Huda, N., & Albushairi, S. A. (2017). Pengaruh Faktor Lingkungan, Psikologis dan Individu Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emasdi Kota Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(2), 162–178. <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/107>

Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.