

DAFTAR PUSTAKA

- Alasha, I. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION (Survei Pada Konsumen Yang Mengikuti Social Media H&M di Indonesia)*. 4(02), 7823–7830.
- Anggraeni, D. P., Renatasari, C., Pakpahan, P. A. R., & Wati, S. F. A. (2024). Analisis Peningkatan Jumlah Transportasi Kota Surabaya Menggunakan Sistem Dinamik. *Koloni*, 3(2), 237–250. <https://doi.org/10.31004/koloni.v3i2.649>
- Binabu, E., Duli, D. K., & Manane, D. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Country of Origin Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(3), 208–215. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i3.5471>
- Dewi, T. P., & Rafida, V. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Motor Matic Honda Scoopy Prestige Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 115–124. <https://ejournal.unesa.ac.id/>
- Faidiban, S. I. A. (2013). PENGARUH TINGKAT URBANISASI TERHADAP TINGKAT KEMACETAN TRANSPORTASI DI KOTA JAYAPURA. *Media.Neliti.Com, c.*
- Firmansyah. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup dan Popularitas Terhadap Keputusan Pembelian dan Brand Experience Sepeda Motor Vario*. 1(3), 13–20.
- Hui, Y., & Salman, S. A. (2023). An Analysis of the Impact of Brand Image on Consumer Purchase Behavior. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism*, 07(02), 31–37. <https://doi.org/10.31674/ijrtbt.2023.v07i02.003>
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Kamalia, S. A. S. (2024). Pengaruh Brand Image , Fashion Lifestyle dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved The Influence of Brand Image , Fashion Lifestyle , and Price Perception on the Purchase Decision of Branded Preloved Clothing. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3, 44–52.

- Koddas, M., Srihandayani, C. M., & Setioningtyas, W. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario (Studi Kasus Konsumen Desa Noreh, Kecamatan Sreseh, Kabupaten Sampang). *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 65–72.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Philip Kotler Manajemen Pemasaran Edisi.pdf* (p. 359). <http://docplayer.info/31435130-Bab-iii-landasan-teori-membeli-untuk-mewujudkan-kepuasan-konsumen-maka-perusahaan-harus.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (M. F. Fahri (ed.); 15e ed.). Global Edition.
- Lestari, P. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY PADA CV. GOWATA SAKTI MOTOR. *Bussiness Law Binus*, 7(2), 33–48. http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS_PUSAT.pdf<http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/><https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results/><https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2024a). Keputusan Pembelian Konsumen. In *Journal GEEJ*.
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2024b). *Keputusan Pembelian Konsumen*. <https://ejournal.unesa.ac.id/>
- Muniz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432.
- Ressa Artanovelita, Zulfahmi Sengaji, Radiansyah, E., & Edison Ginting. (2024). Analisis Pengaruh Kebiasaan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kalianda. *Kalianda Halok Gagas*, 7(1), 45–55. <https://doi.org/10.52655/khg.v7i1.91>
- Supardin, L. (2022). The Role of Brand Image as a Mediation of The Effect of Advertising and Sales Promotion on Customer Purchase Decision. *Journal of Economics and Sustainable Development*, August. <https://doi.org/10.7176/jesd/13-8-09>
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. In *PT Remaja Rosdakarya*.
- Suyanto. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Vario*. 6(1), 28–40.

The Marketing Strategy of Honda: Building a Global Brand with Local Roots.
(2024). *Brand Vision Insight*.

Yunisa, H. (2024). DAFTAR HARGA SEPEDA MOTOR MATIK HONDA PER
JANUARI 2024. *Viva.Co.Id*.

