**DAFTAR PUSTAKA**

Amron (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars. European Scientific Journal May 2018 edition Vol.14, No.13 ISSN: 1857 –7881 (Print) e -ISSN 1857-7431

Arikunto, S. (2015). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta

Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Asih, Retno. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Akan Membelisepeda Motor Honda Scoopy Di PT. Taruna Adiprima Motor Kudus). Skripsi. FE dan Bisnis. Kudus: Universitas Muria

Dahl, D. C. (2013). Market and Price Analysis. The Agricultural Industries. Mc. Graw-Hill Book Company, Inc,United State

Foster, B. and Johansyah, M. D. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users). International Journal of Innovation, Creativity and Change. www.ijicc.netVolume 9, Issue 12, 2019

Garvin, David A. (2016). alih bahasaFandy Tjiptono, Strategi Pemasaran.Yogyakarta

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kencana, P. N. (2018) The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Motorized Vehicles with Matic Scooter Types. Pinisi Discretion Review. Volume1, Issue2, March, 2018. Page.81-88ISSN (Print): 2580-1309 and ISSN (Online): 2580-1317

Kotler, Philip. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:   
Erlangga.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga

Kotler, P and K. L. Keller. (2013). Marketing Management, 14thed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc

Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014):Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016): Marketing Management, 15thEdition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Lovelock. Garvin, D. A. (2014). Strategi Marketing. Yogyakarta: Andi

Luchs, M., dan K. S. Swan. (2011). Perspective: The Emergence of Product Design As a Field of Marketing Inquiry. Journal of Product Innovation Management. Vol. 28 (3). pp.327-345

Margaret, A. (2013). Pengaruh Manajemen Laba, Mekanisme Corporate Governance, dan Kualitas Audit Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal.

Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga

Puja, Wayan Agus Suta. (2020). Pengaruh kualitas Produk Dan Fitur Produk Serta Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-Max di Maha Surya Motor Singaraja. Skripsi. FE. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.

Setyosari, P. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.

Sangadji, Etta M. dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi

Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Jurnal EMBA. Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 218-229. ISSN 2303-1174

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung

Sugiyono. (2016). MetodePenelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2019). In Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R & D (p. 394). Bandung : Alfabeta.

Swastha, Basu. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.

Suari, Y. Dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produkterhadap Keputusan Pembelian. Bisma: Jurnal Manajemen, Vol. 5No. 1, MaretTahun2019P-ISSN: 2476-8782Bisma: Jurnal Manajemen

Tanjung, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio. Majalah Ilmiah Methoda. Volume 9, Nomor 2, Mei -Agustus2019:79-85; ISSN:2088-9534

Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi Publisher

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F. Diana, A. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.