

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indonesia, D. P. (2007). *Etika Periklanan Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kadir, & Djaali. (2015). *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Vol.1, Edisi 10*. Jakarta: Fakultas Ekonomi, UI.
- Kotler, P., & Armstrong. (2004). *Principle Of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: PEARSON Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principle of Marketing. Fourteenth Edition*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Harlow: Pearson.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmud, M. (2012). *Cara-Cara Jitu Berjalan Dengan Sentuhan Kreatif*. Yogyakarta: Fashbooks.

- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation*. United States: Practice Hall.
- Morrisan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pelayanan Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakasa.
- Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nirmala, D. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS. ISBN 978-602-9019-98-8*. Semarang: Semarang University Press.
- Ristiyanti, P., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Roberta, C. N. (2003). *Online Customer Loyalty*. Wiesbedend: Deutscher Universitats.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen edisi 7*. Jakarta: PT Indeks.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan Manajemen Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Sumardy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumardy, Silviana, & Melona. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga. Cetakan Kesebelas*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Widyatama, R. (2009). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Zein, M. (2015). *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Jurnal

- Mehta, A. (2000). Advertising Attitude and Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising Research*, 1.
- Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). PENGARUH WORD OF MOUTH, DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOTOR SUZUKI SATRIA FU PADA PT. SINAR GALESONG MANDIRI. *Jurnal EMBA Vol.3 No.3 ISSN 2303-11*, 451-462.
- Nurmala. (2008). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Minat Beli Sabun Mandi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh. *Jurnal Terakreditasi SK Dirjen Dikti No. 43/Dikti/Kep/2008. ISSN: 1693-5241*, 96.
- Safriadi, & Hardyaningwati. (2017). Pengaruh Atribut Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Kendaraan Bermotor Jenis Metic Merek Honda Pada PT. Astra Honda Motor Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah WIDYA Volume 4 Nomor 1 Januari-Juli. ISSN 2337-6686*, 204-210.
- Thurau, H., Gwinner, K., Walshand, G., & Gremler, D. (2004). Electronic Word of Mouth via consumer-opinion platforms: what motivate consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18.

Website

- Hermawan, I. (2017, August 3). *Daftar Kekurangan dan Kelebihan Yamaha NMax*. Diambil kembali dari oto.com: <https://www.oto.com/berita-motor/daftar-kekurangan-dan-kelebihan-yamaha-nmax-2118312>
- Hermawan, I. (2018, March 22). *Test Ride Yamaha NMax 2018: Kelebihan dan Kekurangan Mengendarai NMax Shock Tabung*. Diambil kembali dari oto.com: <https://www.oto.com/road-test-motor/test-ride-yamaha-nmax-2018-kelebihan-dan-kekurangan-mengendarai-nmax-shock-tabung>
- Muslim, M. (2019, January 13). *Data AISI Penjualan Motor Selama 2018, Honda Kuasai 74,6 % Market Share !* Diambil kembali dari bmspeed7.com: <https://bmspeed7.com/2019/01/13/data-aisi-penjualan-motor-selama-2018/>
- Ravel, S. (2019, Januari 15). *Penjualan Motor 2018 Tembus 6,3 Juta Unit*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2019/01/15/072200715/penjualan-motor-2018-tembus-6-3-juta-unit>

- Ravel, S. (2019, February 21). *Pasar Sepeda Motor Awal Tahun Naik, Yamaha Anjlok 10 Persen*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2019/02/21/080200015/pasar-sepeda-motor-awal-tahun-naik-yamaha-anjlok-10-persen>
- Saragih, F. A. (2016, August 1). *Belanja Iklan Yamaha Lebih Besar dari Honda*. Diambil kembali dari otomotif.kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2016/08/01/190100815/Belanja.Iklan.Yamaha.Lebih.Besar.dari.Honda>.

Skripsi

- Adi, I. V. (2015). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Distro Koffin Store di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.