



DAFTAR PUSTAKA

AISI. (2022), *Statistic Distribution*, diakses melalui <https://www.aisi.or.id/statistic/>, pada 10 November 2022.

Amarazka, V., & Reni Shinta D. (2020), 'Pengaruh Kualitas Produk Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang'. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513, diakses 18 Desember 2022, <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>

Apriliananda, D. (2017, January 27), *Adu Spesifikasi R15, CBR150R, dan GSX-R150*, Kompas.Com, diakses 17 November 2022, <https://amp.kompas.com/otomotif/read/2017/01/27/183334315/adu-spesifikasi-r15-cbr150r-dan-gsx-r150>

Arifah, Y. (2022), *Keputusan Pembelian Produk*, PT Inovasi Pratama Internasional.

Arifa, N., Hartono, & Robustin, T. P. (2018), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54–63.

Ayesha I., Pratama, I. W. A. P., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyartha, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Northidayati, & Egim, A. S. (2022), *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, PT. Global Eksekutif Teknologi.

Badan Pusat Statistik (bps.go.id), diakses melalui <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>, pada 10 November 2022.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014), *Bussiners Research Method*, McGraw-Hill.

Erkan, I., & Evans, C. (2016), *The Influence of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumers Purchase Intentions*, Brunel University.

Firmansyah, M. A. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, CV. Penerbit Qiara Media.

Fortuna Motor Official. (2020, April 17), *Perjalanan Panjang Yamaha dari Musik Hingga Produksi Sepeda Motor*, Fortuna-motor.co.id, diakses 9 Januari 2023, <https://www.fortuna-motor.co.id/sejarah-yamaha/>

Ghozali, I. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang. IBI Kwik Kian Gie Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019), *Multivariate Data Analysis*, Cengage Learning.

Hasanah, A. Y., Tresnati, R. S., & Maharani, N. (2017), *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen pada Dreezel Coffee Bandung)*. *Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.

Hennig Thureau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004), ‘Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?’, *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52, diakses 13 Desember 2022, <https://doi.org/10.1002/dir.10073>

Instagram Honda, (2022), diakses melalui https://instagram.com/welovehonda_id?igshid=MWI4MTIyMDE= pada 12 Desember 2022.

Instagram Kawasaki, (2022), diakses melalui https://instagram.com/kawasaki_indonesia?igshid=MWI4MTIyMDE= pada 12 Desember 2022.

Instagram Suzuki, (2022), diakses melalui <https://instagram.com/suzukiindonesiamotor?igshid=MWI4MTIyMDE=> pada 12 Desember 2022.

Instagram TVS, (2022), diakses melalui <https://instagram.com/tvsmotorindonesia?igshid=MWI4MTIyMDE=> pada 12 Desember 2022.

Instagram Yamaha, (2022), diakses melalui <https://instagram.com/yamahaindonesia?igshid=MWI4MTIyMDE=> pada 12 Desember 2022.

Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017), *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*, Springer.

Katana, S. (2021, October 22), *Komparasi Skutik Entry Level : Siapa Jagoan Kalian?* *Autonetmagz.Com*, diakses 18 November 2022, <https://autonetmagz.com/komparasi-skutik-entry-level-siapa-jagoan-kalian/104585/>

Kotler, Philip., & Gary Armstrong (2018), *Principles Of Marketing* (17th ed.), United States of America: Pearson Education.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, Philip., Kevin L. Keller., Mairead B., Malcolm Goodman, & Torben H. (2019), *Marketing Management 4th European edition*.

Kotler, Philip., Kevin L. Keller, & Alexander, C. (2022), *Marketing Management* (16th ed.), Pearson Education Limited.

Pangest B., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2018), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate*, Jurnal Administrasi Bisnis, 6(4), 62–69.

Pratiwi A., Dedi Junaedi., & Agung Prasetyo. (2019), *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret*, Jurnal Kajian Bisnis Dan Islam, 2(2), 150–159.

Priansa, D. J. (2017), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung: CV. Pustaka Setia.

Puspitaningtyas, Y. A., & Saino. (2019), *Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan*, INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(4), 545–558.

Ramadhani Dinda, D., & Saino (2021), *Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya*, Jurnal Sains Sosio Humaniora P-ISSN, 5(1), 553–563.

Santoso, J. B. (2019), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)*, Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 127–146.

Sekaran, U., & Roger, B. (2017a), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 1, Penerjemah oleh Kwan Men Yon, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sekaran, U., & Roger, B. (2017b), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 2, Penerjemah oleh Tim Editor, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sugiyono. (2022), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Umar H. (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Disertasi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014), *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*, Seminar Nasional Dan Call for Paper (Sancall 2014): Research Methods and Organizational Studies, 12–19.

Zhang, J. Q., Craciun, G., & Shin, D. (2010). ‘When does electronic word-of-mouth matter? A study of consumer product reviews’. *Journal of Business Research*, 63(12), 1336–1341, diakses 21 Desember 2022, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.12.011>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.