

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- AHM (PT. Astra Honda Motor) sumber internet https://id.wikipedia.org/wiki/Astra_Honda_Motor. Diakses tanggal 02 Agustus 2019, jam 09:23 WIB.
- Amegbe, H. (2016). The influence of customerbased brand equity on consumer responses in the newly opened WestHills Mall in Ghana. *Business Trends*, 1, 53-63.
- Bei, Lien – Ti dan ChiaoYu - Ching. (2001). " Integrated Model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty ". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*.
- Beladin, Muhammad Igor. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen” (Studi kasus pada pengguna sepeda motor merek yamaha dari kalangan mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Buchari Alma, (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa* , Alfabeta, Bandung.
- Cai X., Wardlaw T., & Brown W. D., (2012). Global trends in exclusive breastfeeding. Cai et al.; licensee BioMed Central Ltd. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr. William D., McCarthy, E. Jerome. (2008). *Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Djaslim, Saladin dan Oesman, Yevis Marty, (2002). *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran*, Cetakan Kedua, Bandung : Penerbit Linda Karya.
- Dolatabadi, Hossein Rezaei dan Gharibpoor, Mashid. (2012). How Can E-Service Influence on Customers' Intentions toward Online Book Repurchasing (SEM Method and TPB Model). Vol 2. No 6. ISSN: 222-6990. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta : Gramedia.

- Engel, James et al. (2006). *Consumer Behaviour*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Sejarah, Visi Misi dan profil AHM (PT. Astra Honda Motor) sumber internet <https://www.astra-honda.com>. Diakses tanggal 14 Agustus 2019, jam 07:45 WIB.
- Harjuno, Puger. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Matic Honda Scoopy (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Heilbrunn, B. H. (2014). *Tools for Gamification Analytics: A Survey*. *Utility and Cloud Computing (UCC)*, Desember 8-11. 603-608.
- Honda-Hayati. (2019). *Sejarah PT. Hayati Pratama Mandiri dapat diakses pada <http://Honda-Hayati.com/>* tanggal 2 Agustus 2019 jam 20:15 WIB.
- Husein, Umar. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 12. PT Indeks, New Jersey.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Misbahudin dan Hasan, Iqbal (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Naser, K., dkk., (1999). "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan". *International Journal of Banking Marketing*. Vol. 17, No. 3,.
- Poniman, Budhi. (2010). *Pengaruh harga pelayanan, lingkungan kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada dealer Kusuma Motor Surakarta*. Vol. 18. NO 13 (Nopember 2010). STIE "AUB" Surakarta.
- Priyastama, Romie (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Cetakan Pertama, ISBN:9786026595775, Yogyakarta: START UP.
- Sadat, M. Andi. (2009). *Brand Belief: strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Salemba Empat: Jakarta.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2015), Metodologi Penelitian-Bisnis dan Ekonomi. Cetakan Pertama, ISBN: 9786020874111, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora. Vol. 11. No. 1. Semarang: Politeknik Negeri Semarang.
- Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI:Yogyakarta.
- Wilkie, William L. (1994). Customer Behavior (Third Edition). New York. Jhon Wiley & Sons, Inc, s.