

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York. The Free Press.
- Assauri, Sofjan. 1993. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi 4. LPFEUI. Jakarta.
- Bella, Benazhar. 2009. “Analisis Pengaruh Faktor Program Promosi, Persepsi Merek, Motivasi, dan Sikap Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Blackwell,R., Miniard,P.W and Engel, James, 1994, *Perilaku Konsumen (F.X. Budiyanto, Trans)*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Engel, james et al. 1994. *Perilaku Konsumen* jillid II, Binarupa Aksara, Jakarta.
- _____. 1994. *Perilaku Konsumen* jillid III, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Agusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi*. Semarang : Balai Penerbit UNDIP.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Pengaruh Tipe Ketelibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Modus Vol 17 (1) : 1-10, 2005.
- Ghozali, Imam. (2005). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Balai Penerbit UNDIP.

Hadi, Sutrisno. 2002. *Metodologi Research*. Jilid I Cetakan ke III. Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

Handoko, Hani. (2001), *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Edisi Ketujuh*. Yogyakarta : Penerbit BPFE.

Hanna, Nessim & Richard Wozniak. 2001. *Consumer Behavior : An Applied Aproach, Upper Saddle River*. New Jersey. Prentice hall. Inc.

Keller, Kevin lane. 1998. *Strategic Brand Management : Building, measuaring, and Managing Brand Equity*. New Jersey. Prentice hall. Inc.

Kotler, P. (1985). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : CV Intermedia.

_____.(2000). *Marketing Management Analisis, Planning, Implementation and Control*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1995). *Principles of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall Inc.

Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. (2004). *Consumer Behavior Concepts and Appications*. Third Edition Singapore : MC Graw Hill Inc.

Mowen, John C, Michael Minor, Dwi Kartini Yahya. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2 Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

Nabhan, Faris. Enlik Kresnaini. 2005. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 6, No. 3, Oktober 2005.

- Pradana, Adhitya. 2010. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Semarang". *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Perreault, William jr., Joseph P, Jerome Mc Carthy. 2008. *Basic Marketing : A Marketing Strategy Approach*. Mc Graw Hill.
- Purwaningrum, putri. 2008. "Pengaruh Experiential Marketing", *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Depok.
- Rangkuti, Fredy, 1997, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Pustaka Utama, Jakarta.
- Robbins, Stephen, (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*, 7th Edition. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Siagian, S.P. 1994. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sigit, Soehardi. (2002). *Pemasaran Praktis*, edisi ketiga. Yogyakarta : BPFE.
- Simamora, Henry. (2002). *Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Solomon, Micahel R, Bamossy dan Elnora W, Askrgaard. (2002). *Marketing Real People Real Choice*, 2nd Edition. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Sugiyono. (1997). *Statiska untuk Penelitian* (2nd ed). Bandung : Alfabeta.

_____. (2002). *Statistik SPSS*. Bandung : Alfabeta.

_____. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Suroso, Agus.2010. *Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Notebook (Studi pada mahasiswa Universitas Jendral Soedirman)*. Seminar Nasional Pascasarjana X-ITS, Surabaya 4 Agustus 2010.

Swastha, B dan Handoko, T. Hani. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi kedua. Yogyakarta : Liberty.

Tedjakusuma, Ritawati. Sri Hartini, Muryani. 2001. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi, Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral Di Kotamadya Surabaya*. Jurnal Penelitian Dinamika Sosial. Vol. 2 No. 3 Desember 2001 hal. 48-58.

Tjiptono, Fandi. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.

Wahjuni, Sri Astuti. I Gde Cahyadi. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Majalah Ekonomi. Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.

Wahyuni, D.U. 2008. *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya Barat*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 10 (1). hal. 30-37.

www.wikipedia.com

www.yamaha.co.id

www.aisi.or.id

[www. Populationworld.com](http://www.Populationworld.com) & www.motorplus.com