

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Jennifer L. (1997) Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, No. 3, pp. 347-356 Published by: American Marketing Association Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/3151897>
- Abdullah, Thamrin., Tantri, Francis. (2012)*Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Andriyo., 2007, *Manajemen Operasional*, Edisi 3 Yogyakarta.
- Angipora, M.P.2007 *Dasar-dasar Pemasaran* PT Raja Grafindo Persada Jakarta. Basu, Swastha DH, Irawan., 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua,
- Ashoer, M., Hamzah, MN & Mustafa, F., (2019), Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Memilih Hotel Melalui Situs Traveloka.com, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2, DOI: 10.31289/jkbm.v5i2.2074
- Ashoer, M., Syahnur, H., Mustafa, F., (2018), The Impact of Lifestyle on E-Tickets Shopping Decision in Tiket.com, Seminar Nasional dan Call for Papers (SENIMA 3), Jurusan Manajemen-Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- Assael H. (2002), *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.
- Buchari, Alma., 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi Alfabeta Bandung
- Cannon, Perreault & McCarthy., 2009, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Buku 2 Edisi 16 Jakarta Salemba Empat cetakan ke 13, Yoyakarta Liberty Offset.
- Franz, M Royan, 2009, *Distributorship management*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gitosudarmo, Andriyo., 2014, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta Gitosudarmo, Andriyo., 2007, *Manajemen Operasional*, Edisi 3 Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Jakarta Erlangga
- Kotler, Philip., 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 jilid 2 Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa* , Jakarta Salemba Empat

- Pratama, 2016, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Dealer Agung Motor di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk
- Ricky Andi Erwanto, 2013, Pengaruh Produk, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di PT. Harpindo Jaya Sampangan Semarang
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung.
- Tabloid Otomotif (Edisi 16/XVII/2020, 20 Agustus 2020) www.yamaha-motor.co.id
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri, 2016 *Manajemen Pemasaran*, edisi 1, cetakan ke-5, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa*, Jakarta : Gramedia Cawang
- Wangarry, Tumbel dan Karuntu, 2018, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Ranotana

Lampiran 1. Kuesioner (Diadaptasi dari Sugiyono, 2017)

KUESIONER

“ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX DI MAKASSAR

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Saya adalah mahasiswa Universitas Hasanuddin jurusan Manajemen yang sedang mengerjakan tugas akhir (skripsi) sebagai syarat menjadi Sarjana Ekonomi . Kuesioner ini adalah instrumen yang saya gunakan untuk mengumpulkan data dari konsumen PT Sentral Yamaha Motor Makassar.

Oleh karena itu saya mengharapkan kesediaan anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini sesuai dengan yang anda alami dan rasakan. Atas bantuan anda saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Rieza Adrian Imran

Petunjuk pengisian kuesioner

Silahkan beri tanda (√) pada jawaban yang anda pilih dan hanya pilih satu jawaban dari setiap pertanyaan diajukan. Adapun jawaban yang tersedia yaitu :

| Predikat | Bobot |
|----------------------------------|--------------|
| SS : Sangat Setuju | 5 |
| S : Setuju | 4 |
| KS : Kurang Setuju | 3 |
| TS : Tidak Setuju | 2 |
| STS : Sangat Tidak Setuju | 1 |

A. Profil Responden Nama :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

Pekerjaan :

Kuesioner

| No | Produk | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Anda memilih motor NMAX karena Yamaha sudah menjadi merek terpercaya. | | | | | |
| 2. | Anda memilih NMAX karena banyak warna. | | | | | |
| 3. | Anda memilih NMAX karena menyukai sepeda motor model bongsor (besar). | | | | | |

| No | Harga | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Harga Yamaha NMAX saat ini sudah sesuai dengan spesifikasi yang anda dapatkan. | | | | | |
| 2. | Anda memilih motor Yamaha NMAX karena konsumsi bahan bakarnya yang irit. | | | | | |
| 3. | Anda memilih Yamaha NMAX karena memiliki citra harga yang baik dibanding perusahaan lain | | | | | |

| No | Distribusi/Tempat | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | PT Sentral Yamaha Motor Makassar memiliki akses yang mudah dikunjungi oleh pelanggannya. | | | | | |
| 2. | PT Sentral Yamaha Motor Makassar dapat ditemukan dan dapat dilihat secara jelas oleh pelanggannya. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 3. | PT Sentral Yamaha Motor Makassar memiliki tempat yang jauh dari pesaingnya. | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|

| No | Promosi | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Promosi penjualan Yamaha NMAX menawarkan 3 bulan tidak membayar angsuran setiap pembelian dalam periode tertentu | | | | | |
| 2. | Iklan yang dilakukan Yamaha NMAX sangat menarik perhatian konsumen | | | | | |
| 3. | Yamaha menawarkan bonus helm dan jaket kepada konsumen yang melakukan pembelian motor NMAX | | | | | |

| No | Keputusan Pembelian | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Anda memilih Yamaha NMAX karena desainnya menarik. | | | | | |
| 2. | Anda memilih motor Yamaha NMAX karena sesuai dengan kebutuhan anda akan produk motor yang ideal | | | | | |
| 3. | Anda membeli motor Yamaha NMAX karena memiliki lebih banyak keunggulan dibanding dengan merek lain. | | | | | |