

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Yan Januar. 2010. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*, Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Almaulidta, Ayu., Suharyono., Yulianto, Edy. 2015. “Pengaruh *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Strata 1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Produk Elektronik Merek Sony)” *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 3. No. 1 Maret 2015.
- Astini, Rina. 2016. “Implikasi *Green Brand Image, Green Satisfaction* Dan *Green Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara)”. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana*. Vol. XX. No. 1, Februari 2016, hal. 19-34.
- Bachriansyah, Rizky Amalina. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)*, Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bilondatu, Marchrani Rinandha. 2013. “Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.3 September 2013, Hal. 710-720.
- Budiyono, Amirullah Haris. 2004. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Chen, Y-S. 2009. “The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust”. *Journal of Business Ethics*. 93 (2), 307-319.
- Dewi, Anisa Indriani. 2014. “Pengaruh Kinerja Green Branding Terhadap Green Brand Preference Pada Industri Green Cosmetics Di Kota Bandung”. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 14. No. 3. Desember 2014, hal. 181-200.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* Edisi kelima. Semarang: BP Undip.

- Global Green Brand Awards. Melalui <http://www.interbrand.com.html> [23/11/2016]
- Herawati, Vina. 2013. “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada *Private Label* “Carrefour” Di *Carrefour* Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Wima*. Vol. 1
- <http://nationalgeographic.co.id/berita/2012/12/standar-emisi-sepeda-motor-di-indonesia-diperketat-agustus-2013> [23/11/2016]
- Husain, Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Ibnu, Widiyanto. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1. Edisi ke-12. Alih bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Lestari, Reni Dwi., Yulisetiari, Diah., Sriono. 2015. “Pengaruh *Green Product, Green Brand, Dan Green Advertising* Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Kemasan Botol Merek Aqua Di Kecamatan Sumpster Kabupaten Jember”. *Artikel Ilmiah Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember*.
- Lindawati. 2005. “Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Extensi Merek pada Produk Merek Nokia di Surabaya”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. IV, No. 1, Mei 2005, hal. 47-70.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawey, Hizkia Elfran 2013. “Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Rajawali Nusindo Cabang Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 4 Desember 2013, hal. 791-801.
- Muafi dan M.I. Effendi. 2001. “Mengelola Ekuitas Merek: Upaya Memenangkan Persaingan di Era Global”. *Jurnal EKOBIS*. Vol.2. No.3.

- Priyambura, Rully dan Sugiono. 2012. “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Semarang”. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis*
- Ririhena, Victor Alfred. 2013. *Analisis Konsentrasi Pasar Sepeda Motor Di Yogyakarta Tahun 2003-2010*, S1 Thesis. UAJY.
- Sari, Farah Mutia dan Kustijana B, Dwi Hastjarja. 2012. “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan Dan *Trust* Pada Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Taksi PT. Kosti Solo”. *Jurnal UNS Fokus Manajerial*. Vol. 11 No. 2. 2012, Hal. 183-194.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Semuel, Hatane dan Wijaya, Vony. 2016. “Analisis Kepercayaan, Motivasi dan Kepuasan Orang Tua Siswa SMA Kristen Petra 1 Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 11 No. 1. April, 2016, Hal. 1-10.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sigit, Soehardi. 2002. *Pemasaran Praktis* Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumiati, 2014. “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya”. *JMMT 17 Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 1. No. 2. September 2014, hal. 110-123.
- Suroso, Imam. 2014. “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret Di Kota Probolinggo”. **Fakultas Ekonomi Universitas Jember**.
- Swasta, Basu dan Handoko, T.Hani, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* edisi kedua. Yogyakarta: Liberty.

Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran* Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Wahyuni, Dewi Urip. 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.

White, Christopher. (2015). “The Impact of Motivation on Customer Satisfaction Formation: A self determination perspective”. *European Journal of Marketing*, Vol. 49, Issue11.

Winarti, Endah. 2015. “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Di Dealer Pusat Pt Nissan Motor Indonesia Jl. Mt Haryono Kav. 10 Jakarta Timur”. *Jurnal Kelola*. Vol. 2. No. 3. Edisi September 2015.

www.aisi.or.id [10/03/2017]

www.attayaya.net/2010/11/golongan-jenis-kendaraan-bermotor.html
[23/11/2016]

www.menlh.go.id [23/11/2016]

www.otomotif.kompas.com [10/03/2017]

Yamin, Regina. 2013. “Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Astra International Daihatsu Di Manado”. *Junal EMBA*. Vol. 1. No. 3. September 2013, hal. 1231-1240.