

## DAFTAR PUSTAKA

- Nurdin, N., Riyadi, S., & Kusuma, A. (2023). Faktor Keputusan Pembelian Motor Bekas 2-Tak Yamaha RX-King di Kota Makassar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(1), 64-70.
- Dewanti, V. W., & Zaenal, A. F. (2025). ANALYSIS OF *MARKETING STRATEGIES TO INCREASE USED MOTORCYCLE SALES AT MUHSHI MOTOR SHOWROOM IN BANDUNG CITY USING SWOT ANALYSIS*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 4(1), 53-62.
- Porawouw, Y. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. (2018). Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada PT. Hasjrat Abadi Malalayang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- DEWI, N. K. Y. (2021). *TANGGUNG JAWAB DEALER SELAKU PENGELOLA USAHA KEPADA INDENTOR DALAM PERJANJIAN JUAL-BELI SEPEDA MOTOR SECARA INDENT (Studi Kasus Pada PT. Astra Motor Honda Denpasar)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR).
- Prasetya, C. H. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2)
- Purnomo, B. H. (2011). Metodedan teknik pengumpulan data dalam penelitian tindakan kelas (classroomaction research). *Jurnal Penyusunan Pendidikan*, 8(1), 210251.
- Lestari, I. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Bekas Di Doyok Motor Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Aye, N., Tibrani, T., & Asmarazisa, D. (2015). ANALISA *MARKETING MIX* DALAM PENJUALAN MOTOR BEKAS PADA CV. PERSADA ARHTA SENTOSA BATAM. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1).
- Ngangi, S. W., Soewoeh, C. A. J., Alfonsius, E., Lapihu, D., & Putra, I. G. N. A. (2023). Sistem informasi penjualan sparepart motor berbasis website (Studi kasus pada Bengkel Motorindo). *Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science*, 1(2), 75-83.
- Herdiansyah, H. (2013). Wawancara, observasi, dan focus groups: Sebagai instrumen penggalan data kualitatif.
- Wijaya, R., Yusuf, I., & Indonesia, U. P. (2023). Strategic Analysis Of Tasco Minimart In Tasikmalaya City By Porter Five Forces Analisis Strategi Pada Tasco Minimart Di Kota Tasikmalaya Dengan Porter Five Forces.
- Poluan, F. M., Mandey, S., & Ogi, I. W. (2019). Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Jain, M. K. (2013). An analysis of *Marketing mix*: 7Ps or more. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(4), 23-28.
- Munawaroh, M., Rimiati, H., & Hindasah, L. (2016). Perencanaan bisnis. *Perencanaan Bisnis Untuk Program Strata*, 1, 7-8.

- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business review*, 86(1), 78.
- Labib, M. A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Peta Kompetitor Industri Mobile Payment di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1), 21-26.
- Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 22-30.
- Hughes, R. J., & Kapoor, J. R. (2009). *Business*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt
- Brown, W. C., & Petrello, G. J. (1976). *Introduction to Business*. Glencoe Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Sulianta, F. (2020). *SWOT analysis: Pengertian, tujuan, dan cara praktis mempraktekkannya*. Feri Sulianta.
- Fiorenita, V., & Dwianika, A. (2021). Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT dalam menentukan strategi bisnis di masa pandemi (Studi kasus pada UMKM X). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 1-12.
- Pamungkas, B. A. (2016). *Global marketing: Sebuah pengantar*. Erlangga.
- Aprillia, A. (2020). *Analisis strategi bersaing*. Yayasan Kita Menulis.
- Widayani, A. (2018). *Manajemen strategi*. CV. Jejak
- Limantoro, S. W., & Mustamu, R. H. (2018). Perencanaan strategi bisnis pada PT. X. *AGORA*, 6(1), 1-10.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries and challengers*. John Wiley & Sons