

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot. (2011). *Manajemen Pemasaran. Edisi 2. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Ananda, Aris. (2011). *Manajemen Ekuistik Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Baha, G.K. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Sebuah Produk*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Boediono, M; Christian, S; dan Immanuel. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Vol. 3 No. 1 hal. 90-99.
- Calistya, N., dan Nurtjahjani, F. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Cabang Suhat Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 6 No. 1 hal. 317-320.
- Cynthia, Vanessa dan Hendra N, Tawas. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Djunaidi, F.G. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maksker Garnier. *Jurnal Sang Pencerah*. Vol. 6 Issue 1 hal. 35-42.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*. Hal 17-32.
- Fitrotin, H., Muttaqien, F., dan Fauziah, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*. Vol. 3 No. 1 hal 37-41.
- Ibid. (2011). *Prinsip Pokok Periklanan Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Jienardy, C. (2017). Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga, kualitas produk esus. *Jurnal Performa*. Vol. 1 No. 6 hal. 703-710.
- Khasanah, I. (2013). Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mie instan sedaap di Semarang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Gerry, A. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., dan Keller, K.. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*. Vol. 1 No. 2 hal. 71-83.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2014). Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Nasution, A.E., Putri, L.P., dan Lesmana, M.T. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 1(1), 2019, hal 194-199.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Ningsih, Asria. (2010). *Analisis Pengolahan Kerupuk Ubi di Kota Sawahlunto*. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas.
- Pratama, R.A. dan Maskan, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Jombang. *Jurnal aplikasi bisnis*. Vol 7 No 1 hal 293-296.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*. Vol. 15 No. 1 hal. 48-52.
- Reinaldo, I dan Candra, S. (2020). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkas Pekanbaru*. *Journal of applied business and technology*. Hal 137-150.
- Ridhania, F. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Gaya Keputusan Konsumen pada Produk Starbucks. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. Vol. 1, No.1, Oktober 2012.
- Rivai, V. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Rizan, Handayani dan Kresnamurti. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Konsumen Indomie dan Mie Sedaap. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 6, No.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Marke. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 3(1), 1-22.
- Sinulingga, Manik, Sibarani. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Iklan Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Mie Instan Noodle di Kota Medan. *Journal Ekobistek*. Vol. 10 No. 2 Hal: 108-114.

- Suroija dan Sudrajat. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang). *JABPI* Vol. 22, No 1
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Suari, M.T.Y; Telagawathi, N.L; dan Yulianthini, N.N. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5 No. 1 hal. 26-33.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Setyaningrum, Djoko dan Andi Wijayanto. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Studi Kasus pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Hal. 1-10 .
- Sembiring, Suharyono, & Kusumawati. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 15 No 1 Oktober 2014.
- Sopa, Martina dan Ramdan, Purnama. (2013). *Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Gramma Tirta Jatiluhur Purwakarta*. *Jurnal Khasanah Ilmu* Vol. 4, No. 2, September 2013.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tanady, E.S. dan Fuad, M. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 9 No. 2 hal. 113-123.
- Tamamudin. (2012). *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampak Pada Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012.
- Tjia, Suharno, & Kadafi. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Journal.feb Unmul*. 92-97
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Zulaicha, & Irawati. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*.

WEBSITE

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/07/konsumsi-mi-instan-indonesia-tumbuh-498-pada-2021> . Diakses pada 18 Juli 2022. 22.30 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/penjualan-mi-instan-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>. Diakses pada 18 Juli 2022. 23.00 WIB

https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2018. Diakses pada 18 Juli 2022. 23.10 WIB

<https://www.indomie.com/page/about-us>. Diakses pada 27 Juli 2022. 23.10 WIB