

DAFTAR PUSTAKA

- Andaresta, Erlin Dwiana. 2020. “Pengaruh Variasi Produk, Citra Rasa, Citra Merek, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mi Instan Merek Indomie Di Yogyakarta.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 28.
- Andayani, Lestari. 2019. “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Melalui Faktor Budaya Di Kabupaten Lahat.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8(1): 33.
- Astuti, Rini, and Ikhsan Abdullah. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah.” *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah* 1(118047804): 1–50.
- Dr. dr. Agustinus Johannes Djohan, MM, FIAS. 2021. *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Dwiarta, Mahardika &. 2022. “PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA.” 3(1): 20–27.
- Fandy Tjiptono & Candra Gregorius. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Firatmadi, A. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Journal of Business Studies* 2(2): 2443–3837. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>.
- Firmansyah, Firdaus Deni. 2021. “Korban Iklan Mi Instan Lemonilo Yang Ternyata Rasanya Bikin Kecewa.” *Mojok.com*. <https://mojok.co/terminal/saya-adalah-salah-satu-korban-iklan-mi-instan-lemonilo-yang-ternyata-rasanya-bikin-kecewa/> (May 14, 2022).
- Fitria Halim, Dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 1st ed. ed. Ronal Watrianthos. Yayasan Kita Menulis.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.”
- Haryanto, Farid Firmansyah & Rudy. 2019. *MANAJEMEN KUALITAS JASA “Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan.”* Pamekasan: Duta Media

Publising.

- Iffathurjannah, Mitha Indriyani, and Harti. 2021. "Pengaruh Keamanan Makanan, Harga Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Akuntabel* 18(2): 235–46.
- Keller, Phillip Kotler & Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: PT Indeks.
- Lalamove. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Barang." *lalamove.com*. <https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen> (May 14, 2022).
- Lubis, Faradila. 2017. "PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG PADA MASYARAKAT KOTA PALEMBANG." 549: 40–42.
- Mardianah, and Irwan Idrus. 2019. "Keputusan Pembelian Mie Indomie Goreng (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Parepare)." : 120–26.
- Musyafak, Sumantri, & Wihara. 2021. "Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen."
- Pasaribu, Ruth F A et al. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan." *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan* 5(1): 45–52.
- Puji Muniarty, Dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran*. ed. Mila Sari. Sumatera Barat.
- Putra Pratama, Dika. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *jurnal STIESIA* 5(4): 11–17.
- Rowiyani & Angelina. 2020. "Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Minimarket Indomart Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta." *Jurnal of Marketing and Commerce* 5(1): 60–69.
- Safitri, Ginting, Syahrin, & Sihotang. 2022. "Pengaruh Kualitas Product , Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan." 1(3): 185–92.
- Sari, Leksono & Kurniawan. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap." 1(1).
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV.Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.

- Wibisono, Ekky Suti. 2019. 53 *Journal of Chemical Information and Modeling Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo.*
- Wibowo, Patrick Trusto Jati. 2020. "Membedah Perbedaan Traditional Marketing Dan Digital Marketing." *wartaekonomi.co.id*.
<https://wartaekonomi.co.id/read305593/membedah-perbedaan-traditional-marketing-dan-digital-marketing> (May 14, 2022).
- Widiyantoro, Hendry, and Bambang Agus Sumantri. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi Di UN PGRI Kediri." : 8–14.
- Yosef Tonce, SE., MM Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., MM. 2022. *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK*. indramayu: CV Adanu Abimata.
- Zulkifli, Zulki. 2021. *Manajemen Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Deepublish.