

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Jacob, J. Lopian and Y. Mandagie, "Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa Feb Unsrat," *Jurnal EMBA*, vol. VI, no. 2, 2018.
- [2] G. D. L. E. F. Mawar, "Citra Merek dan keputusan Pembelian Konsumen : Kasus Pada Produk Mie Instan," *Jurnal Wawasn Manajemen*, vol. 6, p. nomor 2, 2018.
- [3] S. M. Sakti Riana Fatmaningrum, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Minuman Frestea," *Ilmiah MEA*, vol. 1, 2020.
- [4] V. ., R. Bisri Merduani, "Brand Image dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent," *Polinela*, pp. 8-18, 2018.
- [5] C. Ratnasih and S. Nurjanah, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan," *Manajemen FE-UB*, vol. vii, p. 4, 2019.
- [6] L. Mustinda, "Mie instan Boleh Dimakan Tiap Hari? Ini saran Ahli Gizi," Dipetik November 21, 2019 , dari detikFood: <https://food.detik.com/info-sehat/d-3490923/mie-instan-boleh-dimakan-tiap-hari-ini-saran-ahli-gizi.>, 2017, Mei 03.
- [7] K. A. Wibowo and B. Prabawani, "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen dari Roti Semarang)," *Administrasi Bisnis*, Vols. X, no 1, 2021.
- [8] A. T. I. O. Rumondor Priskyla Wenda, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan," *Jurnal EMBA*, vol. 5 No 2, 2017.
- [9] F. d. A. D. Tjiptiono, Pemasaran, Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [10] W. D. Efendi, "Pengaruh Variasi Produk, Kemasan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina Di Mini Market Wilayah Kota Kediri," *Simki-Economic*, vol. ii, 2018.
- [11] S. Nur Saidah Farida, "pengaruh Variasi Produk Terhadap keputusan Pembelian Sambal Indofood di Supermarket Serikat Jaya Gresik," *Fakultas Ekonomi*, vol. 6, 2017.
- [12] U. Kalsum and S. Usuli, "Pengaruh Variasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh," *Ekomen*, vol. 1, 2021.
- [13] M. S. Syahputra and M. S. Sagala, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Mie Sedaap Di Pt. Sumber Alfaria Trijaya,Tbk)," *Visi Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, vol. 2, 2020.
- [14] F. Tjiptono, Pemasaran Jasa-prinsip, Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta: CV.ANDI, 2014.
- [15] M. Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Jawa Timur: Unitomo Press, 2019.
- [16] U. Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015.
- [17] R. L. J. T. H. Kojongian, "Analisis pengaruh Word Of Mounth, Iklan dan Cita Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Manado," *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, vol. VII, no. 4, 2019.

- [18] M. S. Anam, R. Rosia, D. L. Nadila and T. A. Anindita, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merk Citra (Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. 4 No 1, pp. 120-136, 2021.
- [19] Naim, Muh Rezky;, Pengantar Manajemen, Jakarta: Qiara Media, 2019.
- [20] S. Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- [21] B. G. H. Wicaksana and D. A. Zuliestina, "Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Paradigma*, vol. XX, no. 2, 2019.
- [22] M. F. Tengku, Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- [23] D. N. Pane, "Analisis Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda)," *Jurnal Manajemen Tools*, vol. IX, no. 1, 2018.
- [24] P. Kotler and G. Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2018.
- [25] O. Asrama, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. VI, no. 1, 2017.
- [26] Sangadji, Etta Mamang; , Sophia;, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi, 2018.
- [27] I. Fatih, Suharyono and Sunarti, "Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. VII, no. 1, 2018.
- [28] A. Firmansyah, Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy), Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [29] M. A. Y. I. Ambadar Jackie, Mengelola Merek, Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007.
- [30] Y. Bayu Sutrisna Aria Sejati, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 3, pp. 1-19, 2016.
- [31] K. H. S. Setiawan Tr iSaputra, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 50, no. 6, pp. 85-95, 2017.
- [32] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Jakarta : Andi, 2008.
- [33] H. Malau, Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [34] T. Wijayanti, Marketing Plan Dalam Bisnis, Edisi 3, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- [35] P. d. K. K. L. Kotler, Manajemen Pemasaran. Edisi Tigabelas. Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga, 2015.
- [36] Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta Bandung, 2017.

- [37] M. Deisy, J. Lopian and Y. Mandagie, "Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 4, p. VI, 2018.
- [38] S. Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2017.
- [39] Fadhallah, *Wawancara*, Jakarta Timur: Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2020.
- [40] S. Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi Kelima*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [41] S. Supardi and Surahman, *Metodologi Penelitian*, Jakarta Timur: CV Transinf Media, 2014.
- [42] J. Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.
- [43] G. Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2013.
- [44] I. Nurrahman, "PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung)," *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vols. Vol 1, No 1, 2016.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL