

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2022). *TOP BRAND INDEX FASE 1 2022*. Retrieved Juli 26, 2022, from [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Indomie](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Indomie)
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 54-66.
- Andini, A. (2021, Maret 12). *Susenas 2020: Mi instan makanan segala usia, nomor dua sedunia*. Retrieved September 23, 2022, from <https://lokadata.id/artikel/mi-instan-makanan-segala-usia-nomor-dua-sedunia>
- Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G. M., Adam, S., Denize, S. M., Volkov, M., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, M., Suharyati, Sembiring, R., Nobelson, Ediwarman, Marlina, . . . S.Manggabarani, A. (2021). *Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(2), 1-15.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Boston: Pearson.
- Dharmawati, M. (2017). *Kewirausahaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: PT. Buku Seru.

- Ibrahim, N. E. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Jakarta: Andi.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Luthfi, W. (2021, Juli 27). *Sederet Produk Kemasan yang Paling Diburu Konsumen Indonesia*. Retrieved Juli 25, 2022, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/07/27/dari-kapal-api-hingga-indomie-inilah-sederet-produk-fmkg-yang-paling-banyak-dibeli-masyarakat-indonesia>
- Mamonto, F. W., Tambuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *9*(2), 110-121.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Mursid. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Naim, M. R., & Asma. (2021). *Pengantar Manajemen*. Qiara Media: Jakarta.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan UMSU, 1*(1), 194-199.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pasaribu, R. F., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen, 5*(1), 45-52.
- Permadi, P. C. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya Malang, 10*(1).

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putu, A. A., Nita, N. P., & Artana, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values*, 1(3), 1-11.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa*. Jakarta: Visi Media.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.
- Sangadji, E. M., & Sophia. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .
- Sianturi, H. P., Ginting, S. O., & Lubis, T. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk Pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 11(1), 25-36.
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen - Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Supardi, S., & Surahman. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV. Transinfo Media.
- Suprayanto, R. . (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: in Media.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9

Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(2), 146-154.

Tanama, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Madza Media.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: FEB-UP Press.

WINA. (2022, Mei 13). *Demand Rankings*. Retrieved Juli 25, 2022, from <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL