

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan Tantri, F. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) (2021). Mencatat, konsumsi mi instan per kapita di Indonesia sebanyak 3,96 bungkus berukuran ± 80 gram setiap bulannya pada Maret 2021.
- Buchari A., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Cahya, A.D., R. Andrian., R.C. Ramadhani, dan E. Dwijayanti. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. 5(1): 175-183.
- Cynthia, D., H.Hermawan, dan A.Izzudin. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*.9(1).
- Fatmaningrum, S.R., Susanto dan M. Fadhilah. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 4 (1).
- Fatrizen dan N.Aziz.2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal KBP*.
- Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Herawaty, H dan Muslikah. 2019. Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung (Studi Kasus Pada *Factory Outlet* Pt. Martina Berto Tbk.). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.2 (1).
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iskandar, D dan M.I.B. Nasution. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1):128-137.

- Kotler dan G. Armstrong. 2016. *Marketing Management*. Pearson Preice Hall. England.
- Kotler, P. 2017, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: penerbit Erlangga.
- Kotler. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Lahensel, I.F., J.A.F. Kalangi., Dan A.Y. Punuindoong. 2022. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery (Phd) Bahu Kota Manado. *Productivity*. 3(1).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Lovelock, C. dan J. Wirtz. 2014. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*.
- Marpaung, B dan A. Mekaniwati. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi DiPt. Karya Mitra Usaha). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8 (1):29-38.
- Meidiansyah, M.Y. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Metro Media Lombok. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi & Bisnis.
- Nasution, A.E., L.P.Putri, dan M.T.Lesmana. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1):194-199.
- Pratama, A.N. dan K.A. Hayuningtias. 2022. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi pada pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Semarang). *Jurnal Mirai Manajemen*. 7 (1):425-436.
- Ramadani, M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 1(2).

- Sugiharto, A Dan M.F. Darmawan.2021.Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa *Coffee Citra Raya* .*Jurnal Papatung*. 4 (2).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syafitri, A., E.R. Sari, dan V.F. Sanjaya.2021.Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*. 1(1).
- Tjiptono, F. 2016. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Publisher.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga.Yogyakarta:Andi.
- World Instant Noodles Association (WINA). 2022. www://instantnoodles.org. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022

