

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rahmad, A. H., Lianti, F. O., & Khazanah, W. (2014). Hubungan Frekuensi Konsumsi Mie Instan Dengan Komposisi Tubuh Pada Siswi Kelas 3 SMAN 12 Banda Aceh. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Nasuwakes*, 7, 248. Retrieved from <http://repository.digilib.poltekkesaceh.ac.id>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *An Official Publication of "Scholars Middle East Publishers,"* 3, 261–272.
- Anggraini, A. P. (2020). Meski Nikmat dan Murah, Ini Alasan Mi Instan Berbahaya bagi Kesehatan. Retrieved from kompas website: <https://health.kompas.com/>
- Angun, S. H. (2017). 7 Makanan yang PASTI Dibawa Turis Indonesia Saat Travelling. Retrieved from idntimes website: <https://www.idntimes.com>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Azkiya, B. T. (2021). Riset: Pandemi Bikin Perempuan Doyan Ngemil Makanan Manis dan Berlemak. Retrieved from kumparan website: <https://kumparan.com>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding & Rebranding*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. T. (2018). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Surabaya: Qiara Media.

- Fitria, R. (2019). Menyehatkan! 5 Mie Instan Ini Dibuat Tanpa Tambahan MSG. Retrieved from detik website: <https://food.detik.com>
- Foster, B. (2016). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2, 1–11. <https://doi.org>
- Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Idris, M. (2021). Jumlah Penduduk Indonesia Terkini Mencapai 271,34 Juta. Retrieved from kompas website: <https://money.kompas.com>
- Ikhtiasari, S. D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–16.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler Philip, & Keller K. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. In *England: Pearson Education Limited*.
- Kurnianingsi, S. (2017). Hubungan Konsumsi Mie Instan Dengan Tingkat Kecukupan Gizi Dan Status Gizi Pada Remaja. *ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Maharani, B. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Mie Instan Indomie Di Kota Jember. *Digital Repository Universitas Jember*, 1. Retrieved from <http://repository.unej.ac.id>

- Maisita, T., Astuti, M., & Husniati, R. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO DONUTS & COFFEE (STUDI KASUS DI TRANSMART CILANDAK). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 632–642.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen Volume 7 Nomor 1 (2021)*, 7, 49–64.
- Nailufar, N. N. (2020). Kebutuhan Manusia: Primer, Sekunder, Tersier. Retrieved from kompas website: <https://www.kompas.com>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Prasetya, E., Medinal, & Agin, A. ahmad. (2018). *Analisis Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Kota Pangkalpinang*. 24(November), 19–25.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rajab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ratriani, V. (2020). Sejarah Indomie dan kekayaan pemiliknya, Salim Group. Retrieved from kontan website: <https://industri.kontan.co.id>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizki, F. (2021). Ini Deretan Fakta Indomie Laris Manis di Tengah Covid-19, Anthony Salim Untung Besar! Retrieved from idxchannel.com website: <https://www.idxchannel.com>
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision. *Quantitive Economics and Management Studies*, (March).
- Sabrina, N. A. P., Elpawati, & Nugraha, A. T. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek,

- Kualitas Produk, Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Jakarta Barat. *Agribusiness Journal*, 12(2), 148–156. <https://doi.org/>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra. (2016a). Jurus Raja Mempertahankan Takhta. Retrieved from tirtto website: <https://tirtto.id>
- Suhendra. (2016b). Mi Instan Tak Genting Diterpa Isu Miring. Retrieved from tirtto website: <https://tirtto.id>
- Suliastini, R. (2016). Bahaya Kesehatan di Balik Gaya Hidup Anak Muda. Retrieved from tirtto website: <https://tirtto.id>
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI. <https://doi.org/978-623-01-0229-5>
- Wandasari, N. K. R. D., Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap di Kota Denpasar. *Values Volume 1 No 3, 1(3)*, 73–85.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : local or international brands in the market market in Indon. *International Conference Od Entrepreneurship*, (March), 292–306.
- Wardhana, H. (2015). Hanya Anak Kos Sejati yang Mengerti Nikmatnya Mie Instan. Retrieved from kompasiana website: <https://www.kompasiana.com>
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(I), 713–725.
- Wijaya, I. W. A. W., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas

Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values Volume 1 No 3, 1*, 1–11.

Sondy Arlizal, 2021

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

