

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, H., Narto, S., & Otoluwa, I. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional TBK Honda Cabang Maros. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Andrian, P., Christophorus Indra Wahyu Putra, M. S., Jumawan, Ms., Fadhli Nursal, M. M., & Editor, M. (n.d.-a). i I Perilaku Konsumen.
- Anugrah, K., Sudarmayasa, I. (2020). Kualitas Pelayanan Jasa dan Akomodasi. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Ardana, F. N., & Artanti, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion pada e-commerce: Pengaruh Fashion Consciousness, Shopping Enjoyment, Nilai Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 123–137. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1549>
- Ardhianti, D. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *JURNAL MANEKSI VOL 12, NO. 4*, 950-962.
- Astuti, M., Dewi, F. I. R., & Mardiatmi, A. B. D. 2023. E-Marketing Konsep dan Transformasi Digital
- Bago, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Els Coffe di Padang. *Jurnal Matua*, Vol. 4, No. 2, 215-226.
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Customer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoretis*. Malang: CV IRDH
- Chaerillya, C., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Brand Image, Brand Awareness, and Labeling Halal Against the Decision to Purchase Sarimi Instant Noodle Products at Alfamidi Jeruk Raya, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 394–3407. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.853>
- Christofaro, V. G., & Susanto Pranoto, H. (2024). The Influence of Brand Image, Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Digital Marketing Moderation. In *PRIMANOMICS : JOURNAL ECONOMICS AND BUSINESS* (Vol. 22, Issue 2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>

- Damanik, D. (n.d.). Metodologi Penelitian.
<https://www.researchgate.net/publication/373074251>
- Diani, N. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Kebumen. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.30822/aksioma.v1i2.1768>
- Eddy Sarwono, A., Asih Handayani MSi, A., Sumpah Pemuda No, J., Surakarta, K., & Appti, A. (2021). Metode Kuantitatif Penulis.
- Ekonomi, U., Bisnis, D., Pasaribu, B. S., & Herawati, A. (n.d.). Metodologi Penelitian. www.mediaedupustaka.co.id
- Eldanto, A., Hoendarto, G., & Willay, T. (n.d.). Penerapan Metode Statistika Inferensial sebagai alat bantu hitung dengan solusi komperhensif. In *Jurnal InTekSis* (Vol. 5).
- Febrianti D., Rafiudin., Putri Y., Anggraini S. (2024). The Influence of Price, Promotion, Product Quality on Purchasing Decisions at "Mie KBR" Jember. *Journal of Economics, Finance, and Management Studies*, 7(1).
- Firdaus, Rifka Salsabila. (2024). Pengaruh Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Mie Mandjoer Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin West Science* 3 (06): 733-739.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i06.1290>.
- Frincessa Syifa Ferdiana, A. (2024). The Influence of Social Media Marketing, Brand Awareness and Product Quality on Purchasing Decisions at Mie Djoetek (Vol. 2). <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guardiola, V., Pranoto H. (2024). The Influence of Brand Image, Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Digital Marketing Moderation. *Primanomics: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(2). DOI: <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2897>
- Hamid R., Mutiara S., Suardi A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1). DOI:10.36778/jesya.v4i1.300
- Hengki M., Revida E., Sari K., Simatupang S. (2021). *Manajemen Perilaku*

- Konsumen dan Loyalitas. Medan: Yayasan Kita Menulis Haryoko, S., Bahartiar, Arwadi, F. (2018). Analisis Data Penelitian. Makassar: Penerbit UNM.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (n.d.). Metode Penelitian Penerbit CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>
- Irawan, Pristanto Ria. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2).
- Kasiono A., Tumbel A., Pondang J. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengunjung di Café Kopi Lain Hati Tondano). *Jurnal EMBA*, 10(4).
- Kautish, P., & Sharma, R. (2019). Value orientation, green attitude and green behavioral intentions: an empirical investigation among young consumers. *Young Consumers*, 20(4), 338–358. <https://doi.org/10.1108/YC-11-2018-0881>
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. Bandung: Penerbitan Alfabeta.
- Linda Rosalina, dr, Rahmi Oktarina, Mb., Dra Rahmiati, Mp., & Saputra, I. (n.d.). BUKU AJAR STATISTIKA. www.muharikarumahilmiah.com
- Liyono, Arie. (2022). Pengaruh Brand Image, Elektronik Word of Mouth (E-WOM) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1).
- Mahiri, E. A. (n.d.). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran.
- Manajemen Pemasaran_Novi Angga Safitri, S.Sy., M.M. (1) (1). (n.d.).
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Frenredy, W., & Dharmawan, P. (n.d.). Wilson dan Purnama: Dimensi Brand Image untuk Memprediksi Brand Love

dan...

- Mardiana, D., Sijabat, R., & Artikel, I. (2021). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik). (n.d.).
- Miranda, S. (2023). Analysis of the Influence of Ewom, Promotion and Ease of Use of Disney + Hotstar Services on Subscription Decisions in Jakarta city. *ISSN(2)*, 58–66. <https://doi.org/10.56127/ijm>
- Nadafa, B., Alim, S., & Sbr, K. (n.d.). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo.
- Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, M., Saloom, G., Rosmawati., Fathihani., Johannes, R., Kristia., Batin, M., Lestari, W., Khatimah, H., Beribe, M. (2021). *Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management*
- Nuraini F., Noviningtyas i. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2).
- Pardede, R., Grace, L. The Influences of Sales Promotion and Customer Experience on Purchase Intention Mediated by Customer Satisfaction. *International Journal of Social Service and Research*, 3(10). 10.46799/ijssr.v3i10.569
- Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada, K., & Purba, T. (2020). The Effect of Service and Quality Facilities of Customer Satisfaction on Mazda workshop in batam city. 8(1).
- Putri, H. N. (2023). The Influence of Price, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Intention in Indomie Consumers in The City of Surabaya (Vol. 80, Issue 4). <https://journal.barasaki.com/index.php/jemba>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (n.d.). *Perilaku Perilaku konsumen teori*.
- Putri, D., Sudirman, A., Suganda, A., Kartika, R. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Permana, H., Yusnita, R., Oktaviani, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan

- Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendikia Ilmiah*, 2(6).
- Rahmawati D., Chan S. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JFM: Journal of Fundamental Management*, 2(2). <http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v2i2.17745>
- Razak, I., & Reztrianti, W. D. (2023) *Manajemen Pemasaran Bisnis*. <http://www.penerbitnya.com>
- Sabila Imelda Putri, Salsa Ainurrohmah, Slamet Bambang Riono, & Muhammad Syaifulloh. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1368>
- Safitri, M., Br Ginting, M., Alfi Syahrin, A., & Rifani Sihotang, M. (n.d.). Kualitas Product, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan. *JOSR: Journal of Social Research* Februari, 2022(3), 185–192. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2021–2156. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>
- Sarwini, A., Handayani, A. (2021). *Metode Kuantitatif*. Solo: Percetakan Kurnia.
- Sitorus, S., Rombi, N., Sukanteri, N., Putri, S., Gheta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E. (2020). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Solling Hamid, R., Made Putri Ariasih, M., & Ni Nyoman Suarniki, M. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)* Penerbit. CIERM. www.sonpedia.com
- Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Tribuana Kalabahi Abstract, U. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap

- Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor Nelson Pally. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(20), 537–552. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>
- Suntoyo D., Saksono Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Supardin, L., & You She Melly Anne Dharasta. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchase Decision at Mie Gacoan. *Penanomics: International Journal of Economics*, Vol, 1, No. 2, 147-156.
- Tripambudi, B. W., & Purwanto, S. (n.d.). The Influence of Brand Image and Advertising Effectiveness on Purchasing Decisions for Supermie Instant Noodles in Gresik District
<http://ijsr.internationaljournalabs.com/index.php/ijsr>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. (n.d.). Wibowo A. (2021). *Influencer (Marketing)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik. William, Purba T. (2020). Kualiras Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1).
- Wulandari, W., Izzuddin, A., & Diansari Reskiputri, T. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Mie Sakera Ajung Kalisat Kota Jember) (Issue 1).
<https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Yuke, P., Erawan, P., Wahyuni, N. M., Luh, N., & Indiani, P. (n.d.). The Influence of Brand Image and Green Marketing on Purchasing Decisions, which are mediated by customer satisfaction in the coffee shopindustry in denpasar
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, VOL.6, NO. 2, 798-807.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (n.d.). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agung Teknik.