

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchory, dan Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Assauri, Sofjan. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Djati Widodo, Imam. (2005). *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. Yogyakarta: UII Press
- Economy Okezone. (2019). *Gurahnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat*. Diakses 3 Maret 2020, dari <https://economy.okezone.com/read/2019/01/06/320/2000558/gurahnya-industri-kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat>
- Ekonomi Bisnis. (2019). *Industri Makanan Ringan Diprediksi Tumbuh pada Tahun Depan*. Diakses 3 Maret 2020, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191203/257/1177463/industri-makanan-ringan-diprediksi-tumbuh-pada-tahun-depan>
- Ferdinand, Augusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 3. Semarang: AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko T. Hani (2002), *Manajemen; Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga belas. Yogyakarta: BPF.
- Iha Haryani Hatta, Widarto Rachbini, dan Sudarmin Parenrengi. (2018). *Analysis of Product Innovation, Product Quality, Promotion, and Price, And Purchase Decisions*. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, Vol. 16, Issue 5 (August) 2018.
- Irfan Rizqullah Ariella. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 2, Juni 2018.

- Irine Rachmayanti dan Sri Utami Ady. (2018). *Kualitas Produk Sebagai Variabel Pemicu Utama*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 2, Nomor 1, Hal 29-43.
- Josiel Driand Pandensolang dan Hendra N. Tawas. (2015). *Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1113-1124
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Global Edition 15*. Unites States: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing*. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Mohamad Rizan, Kartika Lestari Handayani, dan Agung Kresnamurti RP. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap)*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1, 2015.
- Noor Juliansyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Regional Kompas. (2019). *Ekonomi Kreatif Sumbang Rp 1.105 Triliun ke PDB, Bekraf Harap Jadi Tulang Punggung*. Diakses 3 Maret 2020, dari <https://regional.kompas.com/read/2019/10/06/08160801/ekonomi-kreatif-sumbang-rp-1105-triliun-ke-pdb-bekraf-harap-jadi-tulang>
- Putthiwat Singhdong and Haris Setyawan. (2016). *Analysis of Effect of Product Quality, Product Design and Distribution Channel toward Purchase Decision of Soy Milk with ABC company*. International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems: Volume 6, No.2, October 2016 - March 2017.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour*. 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Azhar Abdurahman Fauzi, 2020.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK CEMILAN MIE LIDI

(Studi Kasus pada Konsumen Lidigeli)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

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

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, Siswanto. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Sutopo, Y. dan A. Slamet. (2017). *Statistik Inferensial*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008) .Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 2 No. 2, 2014 pp. 181-190.
- Virgo Simamora dan Elli Kusmiyat. (2017). *Pengaruh Desain Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Teh Botol Sosro dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating*. Media Studi Ekonomi Vol.20 No.1, Januari – Juni 2017.
- Wahyu Mega Kurnianto, Sylvia Sari Rosalina, dan Nurminingsih. (2019). *Effect of Marketing Mix and Product Quality on Purchase Decision to the Spesial Sb Packaging Beef Meatball through Brand Image and Purchase Intention*. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU) Vol. 6, No. 2, April 2019