

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Coklat Monggo Di Yogyakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Amin, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Di Uin Suska Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ardiansyah, M. A. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri*. Uin Satu Tulungagung.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Arizal, G. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian My Bluebird Di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Budiono, A., & Yuliana, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Delivery Arundina Cibubur. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 16(2).
- Dinata M. S., & Khasanah I. (2022), "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 11, no. 2, May. 2022.
- Farikhin, M., & Prabowo, R. (2019). Performa Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mobil Honda Brio Satya di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2).
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.

- Halidzah, F. A. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan (Studi Kasus Pada Konsumen Di Cipayung Jakarta Timur). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Klikindomaret (2022) <https://www.klikindomaret.com/>, diakses 25 desember 2022
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>
- Maharani, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Mahdi, I. (2018). Pengaruh Persepsi Harga Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Cina Di Kalangan Konsumen Muda Di Kota Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nomiasari, Fitri (2019) *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*. IAIN BENGKULU.
- Nugroho N. E (2021) Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A10s. *Vol. 22 No. 2 (2021): Jurnal Ekbis Volume 22 No. 2*
- Nugroho, R. F. (2020). *Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor Merek Bigadventure (Studi pada komunitas Big Family di Jabodetabek)*. STEI Jakarta.
- Nugroho, Romadyan (2021) *Pengaruh Ekuitas Merek , Suasana Coffe Shop Dan Presepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Loodst Coffee Shop Tulungagung*. UPN "VETERAN" JAWA TIMUR.
- Peter, J. P., & Oslo, J. C. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Sembilan*. Bandung: Salemba Empat.

- Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2247. <https://doi.org/10.24843/EEB.2018.v07.i10.p02>
- Pratiwi, Charine Anggun (2022) *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Auto 2000 Cabang A.Yani Surabaya*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>
- Putrananda I. E. & Agustin S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers. *Vol 7 No 11 (2018): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Quora (2022), <https://id.quora.com/Sebenarnya-ada-apa-di-balik-pertikaian-antara-Mie-Sedaap-dan-Indomie-Padahal-rasanya-sama-saja-mengapa-harus-ada-keributan-di-antara-mereka>, diakses 29 desember 2022.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Rosmitha, S. N. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Sismanto, A., & Anggryani, D. H. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO PARNASON JR KOTA BENGKULU. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1), 147–152. <https://doi.org/10.36085/psc.v1i1.4063>
- Siswoyo, H. (2017). *Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel Pls*. Luxima Metro Media.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suseno, A. W. (2018). Hubungan Citra Merek Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Gadget Online. UIN Suraabaya..
<https://doi.org/http://digilib.uinsby.ac.id/22293/>
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Top Brand Award (2022). *Top Brand index*, Mie Instan Dalam Kemasan Bag
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&type=brand&tbi_find=indomie, diakses 23 desember 2022
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- World Instant Noodle Association (2022) *Global Demand of Instant Noodles TOP 15*. <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/ranking/>, diakses 23 desember 2022.
- Wulandari Y., & Nurjanti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2017-2019). *eJrm Vol. 10 No. 04 Februari 2021*