

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, Y. (2023). Analisis Citra Merek, Inovasi Produk, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tekiro di Surabaya. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur: Surabaya.
- Al’ Amin, V.R., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier Di Surabaya. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 10(1), 200-208.
- Amilatuazzakiyah, M., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh Promosi Social Media Instagram Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 153–159. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i2.3029>
- Arjil, R., S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Goride Jakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
- Asyifa, I., N. (2023). Pengaruh Citra Merek, *Electronic Word of Mouth* Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Solo Raya (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Audina, L. N., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2013). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Administrasi Niaga/Bisnis (JIAGABI)*, 9(2), 244-252.
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 178–190. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>
- Dian, C. A. K., Hari P., & Linda D. R. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management and Business Review)*. Vol 5 No 2, 224-238.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS : Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), 762-766.
- Eryana, P., Gen, G. G., & Donny, H. F., (2023) Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Gaga Mie. *JABKES : Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3), 201-210. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i3.2361>

- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). SNPK: Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan, 189-199.
- Fajriyah, A., & Karnowati, N. B. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. Prosiding University Research Colloquium, 98–112.
- Gita, A. F., (2023). Analisis *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Social Commerce Tiktok Shop. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur: Surabaya.
- GoogleTrends. Perbandingan Trends Mie Instan Gaga dan Indomie di Indonesia. Diakses pada 31 Maret 2024, dari <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=mie%20gaga,mie%20indomie>
- Leony, N. T., (2023). Pengaruh Lifestyle, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Nmax Pada Masyarakat Di Kota Denpasar. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Nailufar, S. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Minat Beli Penumpang Pada Maskapai Citilink Rute Pontianak – Surabaya. STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
- Pasaribu, K. V., & Yuliawati. (2019). Pengaruh Dimensi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD), 2(2), 99–112. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.439>
- Rahmawati, F., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Pixy Cosmetics di Kota Surabaya). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah, 6(2), 2823.
- Rahmawati. (2021). Pengaruh Dimensi *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung.
- Santoso, N. O., & Yuniati, T. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 7(7), 1–20.

- Schiffman & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Shofia, R., & Soebiantoro, U. (2023). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Nescafe di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 682-692. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1359>
- Solihah, U. A., Suci, R. P., Rahayu, Y. I., & Iswari, H. R. (2024). Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Kepercayaan Konsumen. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 667–678. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i3.3072>
- Solikhah, L. M., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Viral E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Marina. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 7(1), 1478-1486
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Top Brand Award. Diakses pada 31 Maret 2024, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&category=makanan-dan-minuman&type=brand&tbi_find=gaga
- Tripambudi, B.W., & Purwanto, S. (2023). The Influence of Brand Image and Advertising Effectiveness on Purchasing Decisions for Supermie Instant Noodles in Gresik District. *Journal of Social Research*.
- Weitzl, W. (2017). *Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness Developing and Applying the eWOM Trust Scale*. Springer Gabler.
- Widianto, D., & Supriyono. (2024). The Influence of E-Wom and Product Quality on iPhone Purchase Decisions among People in Jombang City. *FJMR : Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(6), 2197-2206.
- Widiyan, R. D., & Aminah, S. (2023). The Influence of Celebrity Endorsements, Brand Image and Price Perceptions on Erigo Product Purchase Decisions by Students of the Faculty of Economics and Business UPN "Veteran" East Java. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 817–830.
- World Instan Noodles Association. Diakses pada 31 Maret 2024, dari <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1058-1068.