

DAFTAR PUSTAKA

www.TBI.com

<https://www.slideshare.net/Vaiz987/perumusan-masalah-45744428>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20160517/12/548345/konsumsi-mi-instan-indonesia-132-miliar-bungkus-kedua-setelah-chinahttps://>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Supermi>

<https://www.cdmione.com/persaingan-industri-mie-di-indonesia/>

Amirullah. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Abidurrahman, Tri Sudarwanto, 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Mie Sedaap Cup”

Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Akhmad Husen, Seno, Akhmad Fahrur. 2018. Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 2 Desember 2018.

Belch E George & Belch A. Michael, advertising and promotion:an intregated marketing communications perspective. Boston McGraw Hill Irwin. 2009.

Baum, Feign, A.V. 2001. Kendali Mutu Terpadu, Terjemahan Budaya Kendali. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Baron Himawam, Sumaryanto, Retno. 2016. Pengaruh Kualits Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan PembelianKonsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 No. 3 September 2016 : 346 – 353.

Dwi Astutik, 2015. Pengaruh Persepsi Kualitas, Brand Image, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap di Desa Baleturi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.

Freddy Rangkuti. 2004. The Power of Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Fatih Imantoro, Suharyono, Sunarti, 2018. Pengaruh citra merek, iklan dan citra rasa terhadap keputusan pembelian (Survei terhadap konsumen mie Instan

Merek indomie di wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*. Vol. 57 No. 1 April 2018

Ghozali, Imam. 2006. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan PLS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hasan, Ali. (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta, CAPS.

Heninda, Apriatni, Agung. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Freiss Indofood (Studi Kasus pada Konsumen Sirup Freiss Indofood di Kota Semarang).

Kotler. Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (12th ed.)*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller, *Marketing Management*. new jersey. pearson education limited. 2012.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amrstrong, *principle of marketing*. New jearsey : pearson education limited. 2014.

Kotler, Phillip and Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.

Lupiyoadi. Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Mohamad Rizan, Kartika, Kartika, Agung. 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.

Nabhan Faris dan Kresnaini Enlik. (2005). Faktor – Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian dalam Melakukan Pembelian pada Rumah

Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 6. Nomer 3. Malang: Fakultas Ekonomi Gajayana.

Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kaip. Jakarta: Indeks.

Sumarwan, Ujang, dkk. 2010. *Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja)*. Bogor: IPB Pres.

Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan I. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2000. *Consumers Behavior* 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.

Tedjakusuma, Ritawati, Sri Hartini dan Muryani. (2001). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, Vol. 2 No. 3.