

DAFTAR PUSTAKA

- A. Suryanti, I.N.A.S. Putra, & F. Nurrahman. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Energi Alternatif Berbasis Multimedia Interaktif. *Jurnal Teknologi Pembelajaran Indonesia*, 11(2), 147–156. https://doi.org/10.23887/jurnal_tp.v11i2.651
- Adelia R, Hasanah H, A. U. N. L. (2025). *Pengaruh Kecerdasan Buatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Rekomendasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di E-Commerce*. 5(2), 289–303.
- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Sintia, A., Rida, L., Fahmy, R., Saputri, R., Jayatmi, I., Budi, E., Angga, S., Permana, A., Mujibur, M., Deddy, R., Citra, N., Mario, A., Bani, D., Bani, G. A., Haslinah, A., & Wijoyo, E. B. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik*.
- Agustina, & Julitriarsa, D. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 2(2), 287–300.
- Agustini, M., Dewita Putri R, A., Tina, Risma Alfioni, L., & Hikmah, N. (2025). Analisis Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di “Tempat Biasa Caffe” Jalan Raden Saleh Induk No. 07 Kota Palangka Raya. *NERACA Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11, 14–23. <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/>
- Ahsan, M. R., Isywal Khurosani, B., Iryana Zevi, F., Nararya Putri Setiadi, A., Rofiana, R., & Fitria, R. (2025). Ketahanan Pangan Lokal di Era Globalisasi: Tantangan Pelestarian Makanan Tradisional di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 9.
- Ainan Salsabila, A. (2023). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Mie Instan Merek Lemonilo*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Aji Hawatri, N., & Arqy Ahmadi, M. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Mie Instant Gaga Mie 100 pada PT Jakarana Tama. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 221–231. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3609>
- Alam Sajati, R., & Fitriyah, Z. (2025). Pengaruh Inovasi dan Persepsi Harga Terhadap Preferensi Konsumen Produk Smartphone Samsung di Surabaya. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(3), 3776–3784. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1775>
- Alief Farhan Fadillah, & Rina Ayu Vildayanti. (2024). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dealer Toyota Astrido Bandengan di Jakarta Utara. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6).

- Aliefianti Widargo, S., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Pasca Konsumsi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Indihome. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4051–4163. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4246>
- Amelia Fauziah, B., Rinjani, J., Dwi Lestari, L., & Abdullah, M. (2024). Eksplorasi Citra Merek dan Kualitas Produk untuk Memastikan Kepuasan Pelanggan Royco di Kabupaten Bekasi. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI*, 6.
- Amelia, S. U., & Sari, M. (2024). *Pengaruh Media Sosial Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Mie Instan Lemonilo*. Sekolah tinggi Ilmu Ekononmi (STIE) Bina Karya Tebing Tinggi.
- Andriani, D. A. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Angga Permadi, A., & Fernando, R. (2021). Hubungan Keterampilan, Kondisi Fisik dan Psikologi terhadap Performance Pemain Sepakbola. *IPJ Indonesia Performance Journal*, 5(1). <http://journal2.um.ac.id/index.php/jko>
- Ardani, F., Aminah, S., & Deniaty Sholihah, D. (2025). Dinamika Live Streaming Commerce: Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kesadaran Merek, dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 9(2), 1–9.
- Assaukani, A. N., Pauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 137–149. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.544>
- Ayub, M. T. T. J., & Kusumadewi, N. M. W. (2021). The Effects of Price Perception, Product Knowledge, Company Image, and Perceived Value on Purchase Intentions for Automotive Products. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 47–50. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.955>
- Azizah, N., & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reabilotas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Banga' Sulu', R., Karaseran, L., & Dedy Kasingku, J. (2024). Peran Pendidikan Dalam Mendorong Gaya Hidup Sehat dan Pola Makan Bergizi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9.
- Br. Sembiring, T., Sadewa Sirait, A., Nanda Kesuma, R., Khairunisa, E., Ayu Syahrani, A., & Zidan Al Falah, M. (2024). Pengaruh Mie Instan Pada Kesehatan Masyarakat. *NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.

- Caesar Dendeng, L., Salindeho, V., Natalia Horohiung, D., & Lestari Putri Takasihaeng, M. (2025). Dari Konsumerisme Keproduktifitas Pastoral Konseling Dalam Menghadapi Tantangan Gaya Hidup Pekerja Di Kota Manado. *PASOLO: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2, 16–28.
- Caterine, & Tuti, M. (2023). Pengaruh Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vitacimin Melalui Brand Trust. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 26(2).
- Compas. (2022). *Top rank merek mie pasta instan terlaris di e-commerce*. Diakses 5 Februari 2026. <https://compas.co.id/>
- Dahlia, D., Wulandari, S., Haldian, & Insrawan, I. (2025). Teknik Pengumpulan Data Evaluasi Pendidikan. In *Jotika Journal in Education* (Vol. 4, Number 2). <https://jurnalpelitanegribelantaraya.com/index.php/JPMP/article/view/31/12>
- Dekanawati, V., Setiyantara, Y., Asriawati, N., Subekti, J., & Kirana, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan. *Jurnal Saintek Maritim*.
- Desi Puspita Sari. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Pengguna Skintific di Samarinda). *Kampus Akademik Publising*, 2(7), 420–431. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.1980>
- Dian Tri Febrianti, Lalu Edy Herman Mulyono, & Weni Retnowati. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skintific di Kota Mataram*.
- Djoko Karyanto, D. (2023). *Tesis yang berjudul Pengaruh Human Resources Development Dan Kompetensi*. Universitas Jambi.
- Dwiarta, I. M. B., & Ardiansyah, R. W. (2021). The Effect of Price Perception, Quality Perception, and Location on Purchase Decision. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Dyah Triana, R. (2024). *Peran Identitas Diri dan Sosial Pada Kepuasan Produk dan Merek Serta Minat Beli Porduk Premium*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Eka Maulida Santoso, G., & Bambang Mahargiono, P. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Espos.id. (2023). *Pandangan konsumen terhadap mie instan sehat Lemonilo*. Diakses 5 Februari 2026. <https://espos.id/>
- Espos.id. (2023). *Perbandingan harga dan nilai gizi mie instan Lemonilo menurut konsumen*. Diakses 5 Februari 2026. <https://espos.id/>

Fadilah Aswar, N. (2025). *Perilaku Konsumen*.

Fadilah Aswar, N., Hasbiah, S., & Umar, F. (2024). Pengaruh Interaktif Orientasi Pasar, Kapasitas Penyerapan, dan Lingkungan Eksternal terhadap Kinerja Bisnis Industri Manufaktur. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(4), 610–619. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i1.1193>

Faisol Hadi, N., & Kholik Afandi, N. (2021). Literature Review is A Part of Research. *Sultra Educational Journal (Seduj)*, 1(3). <http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/seduj><http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/seduj>

Faridatul Ummah, H., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Halal Lifestyle dan Product Bundling Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Mediasi Keputusan Pembelian Produk Skincare Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(2), 189–206.

Fauzan Abdillah, R., & Pramesti, A. N. (2024). Dampak Rating dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *SEMINAR NASIONAL AMIKOM SURAKARTA (SEMNASA)*.

Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ritomiea Ariescy, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Feb UPN “Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>

Galuh Malakiano, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2025). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Produk Skincare Skintific* (Vol. 2). <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>Halaman:170-191

Gede Nyoman Wiratanaya, I., Shanty Dewi Fauzy, Ajat Sudrajat, Kristiana Sri Utami, Teguh Wicaksono, Amron, Lia Febria Lina, Amelia Hayati Nirwasita Daniswara, Asri Rejeki, & Alpi Mahisha Nugraha, M. (2024). *Perilaku Konsumen Pada era Digitalisasi*.

GoodStats. (2025). *Jumlah pertambahan populasi hidup lebih sehat (2019–2025)*. Diakses 5 Februari. <https://data.goodstats.id/>

GoodStats. (2024). *Negara dengan konsumsi mie instan tertinggi*. Diakses 5 Februari 2026. <https://goodstats.id/>

Gustia, D., & Anindita Hayuningtias, K. (2024). Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Sensitivitas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Niat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jesya*, 7(1), 210–225. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1422>

Hasanah, N., & Jainah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Alumunium di desa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara (Studi Kasus Pada Bapak Yanur). *Inovatif*, 4(1).

- Helen Minarto, A., Felita, E., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Bisnis dan Ekonomi, F. (2021). Kepercayaan dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Pemesanan Hotel di Traveloka. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.1.1-9>
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *JGIA: Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1>
- Intan Oktaviani, A., & Ahmad Salim, R. (2025). Pengaruh Kemajuan Teknologi Aplikasi Tiktok Terhadap Kepuasan Pengguna dalam Pengelolaan Penjualan Produk yang Berdampak pada Keputusan Pembelian dengan Metode SEM pada Followers Tiktok Mami Louise. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 4.
- Irwansyah, rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, & Muhammad Hasan. (2021). *Perilaku Konsumen*.
- Ismail, Iqbal, T., & Anisah. (2024). Dampak Persepsi Konsumen dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi (JMT)*, 1(2). <https://doi.org/10.35870/jmt.vxix.1107>
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Iswati, H., & Indah Lestari, N. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14–30. <https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.2550>
- Ivan Satriawan, M., Munir, M., Ekonomi, F., Sunan Giri Surabaya, U., & Studi Manajemen, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air minum Aqua di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3, 2024–2024.
- JatimTIMES. (2024). *Viral dugaan belatung pada mie Lemonilo di media sosial X*. Diakses 5 Februari 2026. <https://jatimtimes.com/>
- Jumawan, Soesanto, E., Cahya, F., Amalia Putri, C., Annisa Permatasari, S., Setyakinasti, S., & Louis Ottay, M. (2024). Pengaruh Online Consumer Review dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*.
- Katadata Databoks. (2022). *Pendapatan penjualan sejumlah merek mi instan di e-commerce Indonesia (Januari–Agustus 2022)*. Diakses 5 Februari 2026. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). The Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchse Intention. *American*

- Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 182–188.
www.ajhssr.com
- MarketHac. (2023). *Top market share brand mie instan*. Instagram. Diakses 5 Februari 2026. <https://www.instagram.com/markethac.id/>
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*.
- Natasya Aprina, & Effed Darti Hadi. (2024). Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Produk Skincare Skintific di Indonesia. *JESYA*, 7(1), 252–262. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1452>
- Nathania Witoelar, R., Hasyim, I., & Gik, M. (2024). Pengaruh Price Perception Terhadap Repurchase Intention Melalui Perceived Value di Gardenice Rink Bandung. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2).
- Nazwa Panjaitan, A., Hudzaifah, M. H., & Septi Aini Lubis, N. (2025). Pandangan Mahasiswa Kost Desa Tuntungan Terhadap Mie Instan: Antara Ekonomi, Praktisitas, dan Kesadaran Kesehatan. *Cindoku: Jurnal Keperawatan Dan Ilmu Kesehatan*, 2, 46–53.
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Pingkan Viola Martiza, & Sri Murwanti. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Skintific yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STTKD | Manajemen Dirgantara*, 17(2). <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v17i2.1319>
- Purnama Tanjung, D., Herni Yanti Zega, J., Indrawati Zai, I., & Indah Putri Harefa, D. (2025). Kualitas Dalam Memproduksi Suatu Barang dan Jasa. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN*, 8(1).
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ritomiea Ariescy, R. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL*, 7, 405–419.
- Rahmadani, N., Wirangga, R., Diva Zarna, A., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Geprek Abu Ahda. *Journal*

for Management Student (JFMS), 3(1).
<https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>

Rahmah Oktaviani, M. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mie Instan lemonilo*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Rasoolimanesh, S. M. (2022). Discriminant validity assessment in PLS-SEM: A comprehensive composite-based approach. *Data Analysis Perspectives Journal*, 3(2), 1–8. <https://www.scriptwarp.com>,

Restu Al' Amin, V., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 10(1), 200–208.

Risa Nurlia, Wiewiek Indriani, & Lestari Wuryanti. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi (Studi Kasus Mobil Pejero Sport Cabang Lampung Selatan)*.

Salim, A., Fadilla, & Purnamasari, A. (2021). *Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Anggun Purnamasari*. www.bps.go.id,

Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com

Septiani, D. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Tinjau Dalam Prespektif Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Shofi, Sulaiman, E., & Daryati, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Ima's Cake & Bakery. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, 4(2), 50–71. <https://doi.org/10.58468/jambak.v4i2.207>

Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>

Sofyani, H. (2023). Penentuan Jumlah Sampel pada Penelitian Akuntansi dan Bisnis Berpendekatan Kuantitatif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 311–319. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.19031>

Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>

Soleh Mauludin, M., Perilaku Konsumen Dalam, A., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>

- Sonya, G., & Zuhairo. (2025). Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Industri Makanan. *Journal of Modern Social and Humanities*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.71094/jmsh.v1i1.39>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2253–2260. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*.
- Suriani, N., Risnita, & Syahran Jailani, M. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Susianti, O. M., & Srifariyati. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18. <https://doi.org/10.37728/jpr.v9i1.1066>
- Suwanti, I., Hartono, A., & Darsini. (2021). Persepsi Masyarakat Tentang Covid-19: Validitas dan Reabilitas Kuesioner Penelitian. *Jurnal Keperawatan*.
- Syamsul Hidayat, S., Rahmawati, D., Cahyo Ardi Prabowo, M., Triyono, L., & Tono Putri, F. (2023). Determining the Rice Seeds Quality Using Convolutional Neural Network. *INTERNATIONAL JOURNAL ON INFORMATICS VISUALIZATION*. www.joiv.org/index.php/joiv
- Tasya Jadidah, I., Anisah, N., Nabila Zakiyah, A., Kumala Sari, E., Dewi, M., & Panca Putri, S. (2023). Pengaruh Pola Konsumsi Masyarakat Urban dan Dampaknya Terhadap Lingkungan. *SIGNIFICANT : Journal Of Research And Multidisciplinary*, 2(02), 242–251. <https://doi.org/10.62668/significant.v2i02.876>
- Teressa, B., Intan Lukito, J., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya*. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id>
- Tri Wijayanti, H., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi*, (2).

- Triyoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*.
- Wahdaningsih, N., Arif, M., & Sucipto, B. (2025). Repeat Purchase Sebagai Wujud Hedonisme Pada Remaja pengguna Online Shop. *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling*, 11(2), 2025. <https://doi.org/10.22373/je.v11i2.31531>
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Welsa, H., Soni Kurniawan, I., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency Of Business*, 5.
- Widya Yanti, F., Asman, M., & Amran. (2025). Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Mie Instan Indomie. *Jurnal Ekonomi Bisnis Kewirausahaan Dan Inovasi (JEBKI)*, 1(1). <https://ecoumbungo.com/index.php/JEBKI>
- World Health Organization. (2022). *Healthy diet and noncommunicable diseases*. Diakses 5 Februari 2026. <https://www.who.int/>
- World Instant Noodles Association. (2024). *World instant noodles consumption ranking*. Diakses 5 Februari 2026. <https://instantnoodles.org/>
- Wulandari, N. A., Sekar Rini, A., & Supratikta, H. (2024). Menerapkan Total Quality Management (Tqm) Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(3), 1175–1179. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.139>
- Yuanito, R., Khuzaini, & Zamrudi, Z. (2025). Implementasi ISO 9001:2015 dalam Meningkatkan Efisiensi Pelayanan Publik: Analisis PLS-SEM. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Nusantara (JEAMA)*, 4, 93–100. <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i1.262>