

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Anwar, H. M., Alimuddin, M., Sudarwadi, H., Nurchayati, Sariyani, N. L. P., Yuningsih, N., Ahmad, I., Ma'sum, A., & Cindiyasari, S. A. (2023). *Teknik Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Azid, M. F. Z., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocari Sweet di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 5843-5857.
- Bagaskara, N. N., & Ngatno. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. I.
- Dangkeng, A., Ramli, M., & Rifqiansyah. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Mio pada Pt. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallanga Kabupaten Gowa. *Jurnal Economix*, Vol. 10, No. 2.
- Ferine, K. F., & Yuda. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion di Situs Online Shop*. Yogyakarta: Selat Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Z., Boari, Y., Aziza, N., Anggraini, H., Kurniastuti, C., Mawarni, I., & Judijanto, L. (2024). *Manajemen Industri: Teori Komprehensif*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ginting, R. A., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986-992.
- Imron, M. A., & Suwanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada

- Pabrik Keripik Pisang “Metro Snack” Kota Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(2), 333-349.
- Instantnoodles.org. (2024). *Global Demand of Instant Noodles TOP 15*. Retrieved Oktober 15, 2024, from <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/ranking/>.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 770-779.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (3rd ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism Seventh Edition*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th edition*. London : Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kristensson, P., Gustafsson, A., & Archer, T. (2004). Harnessing the creative potential among users. *Journal of Product Innovation Management*, 21(1), 4–14.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Banten: Bintang Visitama.
- Lasiyono, U., & Alam, W. Y. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Mukarom, M. R. D., Pauzy, D. M., & Karmila, M. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pusat Manajemen*, 1(2), 123-136.
- Nimah, M., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Indomie Kec. Jetis Mojokerto). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 165-170.

- Nurnilasari, N. (2021). Analisis Distribusi Produk Buah-Buahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD Sumber Mangga Cirebon. *Cendekia Jaya*, 3(2), 79-94.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Oetama, S. (2022). *Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan dalam Bersaing*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Oktavianto, R., & Wardhani, N. I. K. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Sidoarjo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 42.
- Pertiwi, D. D., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Lemonilo di Kota Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9035-9042.
- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Setiawan, Z., Suharyanto, S., Judijanto, L., Zahara, A. E., Suryadi, I., Juniarto, G., Wulandari, D., Premayani, N. W. W., & Wibowo, S. E. (2024). *Strategi Pengembangan Produk: Panduan Praktis untuk Keunggulan Kompetitif*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Sinulingga, S. N., Manik, V., & Sibarani, H. J. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Iklan Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Instan Noodle di Kota Medan. *Jurnal Ekobistek*, 108-114.
- Soesanto, H. (2024). *Manajemen Pemasaran Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susilo, M. A., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 102-114.
- Thompson, A. A., Peteraf, M., Gamble, J. E., Strickland, A. J. (2017). *Crafting and Executing Strategy: the quest for competitive advantage, concepts and cases*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tondang, G. A. dan Silalah, P. R. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Android. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Vol.1, No.2.
- Topbrand-award.com. (2024). *Komparasi Brand Index*. Retrieved Oktober 15, 2024, from https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=31.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181.
- Wahyudi, R., & Tahwin, M. (2024). Pengaruh Promosi, Penetapan Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Produk Mie Instan Indomie di Karang Jahe Beach Rembang). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 313-321.
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 130-137.
- Wiranata, S. S., & Syarkani, Y. (2021). *Inovasi Produk (Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Lintas Fungsi)*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Yudawisastra, H. G., Mumu, S., Valenty, Y. A., Harinie, L. T., Sabir, M., Indrajaya, S., Natanael, Y. A., Girsang, Z. A., Sadikin, M. R., Ilham, B. U., Santoso, F. I., Ena, Z., Nugroho, H. S., Roodhi, M. N., & Apriani, D. (2024). *Manajemen Strategi Bisnis*. Badung: CV. Intelektual Manifes.