

## DAFTAR REFERENSI

- Aaker. 2008. *Managemen Ekuitas Merek, alih bahasa* Aris Ananda. Mitra Utama. Jakarta.
- Adetiya, L., & Rahmawan, G. (2021). the Effect of Product Quality, Innovation and Price To Purchasing Decisions of Noolde Products. *International Journal of ...*, 1(10), 60–70.  
<https://multisciencejournal.com/index.php/ijm/article/view/141>
- Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembilan. Alfabeth. Bandung.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (n.d.). *The Influence of Quality Products , Price , Promotion , and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT . Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. 433–445.  
<https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Dudek-Burlikowska, M., & Szewieczek, D. (2007). Quality estimation methods used in product life cycle. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 24(2), 203–206. <https://www.infona.pl/resource/bwmetal.element.baztech-article-BOS3-0019-0005>
- Ebert, J. R., & Griffin, W. R. (2014). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Fitrianty, R., Lailatul Zumaroh Wildagdo, I., & Ayu Sanggarwati, D. (2020). Orientation on Product Quality and Price Perception of Purchasing Decisions by Mediating the Buying Interest of Noodles (Chicken) Consumers in Indonesia. *American Research Journal of Humanities Social Science (ARJHSS)R 2020 ARJHSS Journal*, 03, 53–60. [www.arjhss.com](http://www.arjhss.com)
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 105.  
<https://www.indofood.com/company/indofood-at-a-glance>  
<https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/552/jbptunikompp-gdl-ilonaannis-27561-1-unikom-i-i.pdf>
- Irfan Anjas Purwo, F. adhilla. (2018). JURNAL FOKUS, Volume 8, Nomor 1 Maret 2018. *Jurnal Fokus, Volume 8, Nomor 1 Maret 2018*, 8, 81–98.
- Kotler, & Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. (2012). *Principles of Marketing*. Global Edition,.14Edition, Pearson Education.
- Mebyanti Permata P, P. S. (2019). *Keputusan Pembelian Mie Instan Supermi Di Aini Swalayan Surabaya*.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mapaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.
- Nur Hidayah Eka & Rahmawan Ginanjar. (2021). The Influence of Product Quality, Price, Product Innovation and Brand Image on Purchasing Decisions of Instant Noodles in Indonesia. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 3(1).
- Philip Kotler dan Gary Amstronng, *Principles of Marketing (New Jersey: Pearson Pretince Hall, 2014), 231*.
- Philip Kotler dan Garry Amstronng, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 12 alih bahasa Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 308*.
- Produk, P. K., & Terhadap, D. A. N. P. (n.d.). *Dika Putra Pratama Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya*.
- Ria Marina, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE KULINER NUSANTARA RASA SOTO (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.07>
- Rowiyani. (2020). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Minimarket Indomart Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. *Jurnal of Marketing and Commerce*, 5(1), 60–69.
- Rangga Restu Prayogo, Dosi Pramana, N. A. (2019). *Kualitas Produk , Harga , Promosi , Distribusi , Keputusan Pembelian: Studi Pada Produk Indomie*. 10(2), 175–184.

- Ritonga, Z. (2018). *PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN (SURVEI PADA MASYARAKAT TANJUNG SELAMAT)*. 5(21), 1–9.
- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuisisioner dan Analisis Data*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suliyanto, D. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.