

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta
- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Darmawan. (2004). Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektifitas Iklan. *Jurnal Media Mahardika*, 40.
- Dihni, V. (2022). *Intip 5 Merek Mi Instan Terpopuler di Indonesia yang Harganya Bakal Naik*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/11/intip-5-merek-mi-instan-terpopuler-di-indonesia-yang-harganya-bakal-naik>
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Undip. Semarang
- Gifani, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis dan Iptek*, Vol.10, 81-94.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 2). PT Indeks Gramedia. Jakarta
- Lane, P. Kennedy. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Vol. XII). (B. Molan, Trans.) Gramedia. Jakarta
- Maslakhah, S. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-15.
- Mastuti, I. (2019). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda Pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja. *Undiksha Repository*.
- Mirabi, V. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Tech*, 267-273.

- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana. Jakarta
- Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen (Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran)*. Kencana. Bogor
- Pawitra, S. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. Bandung
- Tribunnews, (2017) *Produksi Indomie 15 Miliar Bungkus per Tahun, Makin Populer dan Diekspor ke 60 Negara*.
<https://banjarmasin.tribunnews.com/2017/03/26/produksi-indomie-15-miliar-bungkus-per-tahun-makin-populer-dan-diekspor-ke-60-negara>
- Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. *Journal Of Desain Komunikasi Visual*, 5, 97.
- Puspita, S. (2018). Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19-24.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 25-29.
- Rambat Lupiyadi, A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sangadji, Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis disertai : Himpunan Jurnal Penelitian)*. Andi. Yogyakarta
- Schiffman, Kanuk (2004). *Perilaku Konsumen*. Prentice Hall. Jakarta
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Kencana Prenada Media. Jakarta
- Sholihaat, (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Samyang di Kota Bandung. *Prosiding Manajemen*, 634-639.

- Imantoro, Fatih (2017). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh), *Universitas Brawijaya*.
- Pitamakoro, P. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (Studi Kasus Pada Top Coffee di Yogyakarta), *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*.
- Jacob A, A . (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat, *Jurnal EMBA, Vol.6, No.2*.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta
- Solimun. (2002). *Multivariate Analysis, Structural Equation Modelling (SEM)*. Universitas Negeri Malang.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Masyarakat* (Vol. Cetakan Pertama). CV. Cipta. Jakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung
- Sujarweni. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Bayumedia Pub. Malang
- Tanoni, V. (2012). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek dan Sikap Produk Mizone di Surabaya. *Unika Widya Mandala*.
- Tjiptono, F. d. (2020). *Pemasaran*. ANDI. Yogyakarta
- Vera, A. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Pop Mie. *Universitas Islam Riau*, 113.
- Warsito, K. (2007). *Diplomasi Kebudayaan : Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang : Studi Kasus Indonesia*. Ombak. Yogyakarta
- Wibowo, P. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Sari Roti di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 713-725.