

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke). Alfabeth.
- Annastasya. (2020). *Negara Pengonsumsi Mi Instan Terbanyak di Dunia*. [Www.minews.id. https://www.minews.id/gaya-hidup/negara-pengonsumsi-mi-instan-terbanyak-di-dunia](https://www.minews.id/gaya-hidup/negara-pengonsumsi-mi-instan-terbanyak-di-dunia)
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 228989. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI.
- Basuki, A. T & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. PT Rajagrafindo Persada.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Effendi, A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance*. Salemba Empat.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian Kalitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. CV. Jejak.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- [husnulw.blogspot.com/](http://husnulw.blogspot.com/). (2019). *Profil Perusahaan PT. Wings*. <http://husnulw.blogspot.com/p/profil-perusahaan.html>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 103–113. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>
- [inforial.tempo.co](https://inforial.tempo.co/info/1001375/seminggu-dirilis-mie-sedaap-goreng-korean-spicy-chicken-sold-out-di-pasaran). (2019). *Seminggu Dirilis, Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken Sold Out di Pasaran*. [Inforial.tempo.co. https://inforial.tempo.co/info/1001375/seminggu-dirilis-mie-sedaap-goreng-korean-spicy-chicken-sold-out-di-pasaran](https://inforial.tempo.co/info/1001375/seminggu-dirilis-mie-sedaap-goreng-korean-spicy-chicken-sold-out-di-pasaran)
- Jacob, A. A., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *EMBA*, 6(2), 988–997.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan*,

*Media, Branding, Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada.

- kompas.id. (2019). *Digemari Milenial, Varian Rasa Baru Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken "Sold Out" di Pasaran*. [www.kompas.id](http://www.kompas.id).  
[https://www.kompas.id/baca/adv\\_post/mie-sedaap-goreng](https://www.kompas.id/baca/adv_post/mie-sedaap-goreng)
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management, Thirteenth Edition*. In *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII(1), 59–66.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion marketing communications E-book*. Wiley.
- Merdeka.com. (2018). *Inilah nama-nama pemilik mi instan yang terkenal di Indonesia*. [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com). <https://www.merdeka.com/uang/inilah-nama-nama-pemilik-mi-instan-yang-terkenal-di-indonesia.html?page=3>
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan W. W. (2011). *Advertising Edisi 8*. Kencana Prenada Media Grup.
- Nabilah, F. (2020). The Effect of Advertising Attraction and BrandEmbassy on Shopee Purchase Decisions. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, 4(10), 119–126.
- Nangoy, C. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2018). the Effect of Advertising and Sales Promotion on Consumer Buying Decision of Indovision Tv Cable Provider. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1228–1237. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20179>
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. PT Skripta Media Creative.
- Nugroho, Anton, Y. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative.
- phinemo.com. (n.d.). *Inovasi Kuliner Tradisional, Jurus Rahasia Eksis di Era Kekinian*. Phinemo.com. Retrieved February 2, 2021, from <https://phinemo.com/modernisasi-kuliner-tradisional/>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. In Alfabeta. CV Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.

- Purnomo, A. K. (2019). *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Jakat Publishing.
- Putra, M. I., Suharyono., & abdillah, Y. (2014). Pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Ramadhani, A. N. &, & Masitoh, S. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Iklan , Brand Aambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. 11(3), 1–9.
- Riyanto, S & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo.
- Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Nike Dikota Mataram. *Jurnal Distribusi*, 8(2), 149–162.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2010). *Periklanan Promosi*. Erlangga.
- Sintya Sendi Pertiwi, E., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 288–297.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Somad, Rismi, & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Alfabeta.
- Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24200>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2012a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012b). *Statistika Untuk Penelitian* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra. (2016). *Mie Instan, Gurih Pasarnya Sengit Persaingannya*. <https://tirto.id>. <https://tirto.id/mie-instan-gurih-pasarnya-sengit-persaingannya-yeZ>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Andi Offset.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Cv. Andi.
- topbrand-award.com. (n.d.). *Top Brand Index*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). Retrieved January 12, 2021, from <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Umar, H. (2017). Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. In Sukoco (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (Edisi 4, pp. 1–505). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux ( Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–15.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS* (2nd ed.). STIM YKPN.
- wingscorp.com. (2019). *Mie Sedaap*. [https://wingscorp.com/brand-detail/mie-sedaap/?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=pmd\\_6312751baef9517ce993df18bed24d0957c6b6d1-1626870681-0-gqNtZGzNAeKjcnBszQki](https://wingscorp.com/brand-detail/mie-sedaap/?__cf_chl_jschl_tk__=pmd_6312751baef9517ce993df18bed24d0957c6b6d1-1626870681-0-gqNtZGzNAeKjcnBszQki)

- Yandri Daniel Damaledo. (2020). *Mie Sedaap Beri Photocard Original Siwon Choi untuk Fans K-POP*. Tirto.id. <https://tirto.id/mie-sedaap-beri-photocard-original-siwon-choi-untuk-fans-k-pop-f5qo>
- Yaomi Suhayatmi. (2020). *Keberagaman Indonesia dalam Cita Rasa Kuliner Nusantara*. News.okezone.com. <https://news.okezone.com/read/2020/10/21/1/2297151/keberagaman-indonesia-dalam-cita-rasa-kuliner-nusantara>
- Yolanda, R. &, & Soesanto, H. (2017). Pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–12.
- Yunefa, A & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk lipstik emina di yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 171–186.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran). *Ecodemica*, III(1), 311–316.

