

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan. II. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Alfred, O. (2013). Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in The Kumasi Metropolis in Ghana a Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, 5(1), 179-198.
- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Cet.1. Malang: Bayumedia Publishing.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on The Consumer's Buying Decision of Mpv Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. B., & Akram, S. N. (2011). Impact of Brand Image, Trust and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5), 73-79.
- Buyung, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda di Toko LICO. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Fandy Tjiptono (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Cetakan Ke-2. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). Study the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 253-260.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, p, & Keller, &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 19. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. (2011). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, Alfian Adi. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Studi pada Konsumen Produk Mie Sedaap di Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Philip, Kotler, & Amstrong, Garry. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Perason Education, Inc.
- Ratnaningrum, H. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta. Skripsi (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016)*.
- Setianingsih, W. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *PROSIDING EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL*, 1(1).
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust (Study on Japanese Brand Electronic Product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179-194.
- Sunyoto, D. (2013). *Metologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Aditama Anggota Ikapi.
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).

- Thamrin, A., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Wibawa, K. A. A. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 4(1).
- Firmansyah, L. M., & Hidayatullah, T. (2020, 25 Juni). Prospek Bagus Mie Instan Asal Indonesia. *Lokadata*. Diperoleh pada 10 Januari 2021, dari <https://lokadata.id>.
- Wingscorp. Mie Sedaap. Diperoleh pada 10 Januari 2021, dari <http://www.wingscorp.com>
- Top Brand Award. Mie Instan dalam Kemasan Bag. (2020).Top Brand. Diperoleh pada 10 Januari 2021, dari <https://www.topbrand-award.com>

