

DAFTAR PUSTAKA

- Alfanny, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sarimi di Desa Karangbendo Kabupaten Lumajang. *Skripsi Tidak Dipublikasikan, ITB Widya Gama, Lumajang*.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98–107. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i2.9867>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis-Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Balhaqi, I. (2021). *Negara Dengan Konsumsi Mie Instan Terbanyak di Tahun 2020*. Goodnewsfromindonesia.id. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/08/10/doyan-mi-indonesia-jadi-salah-satu-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbanyak-di-dunia>
- Cannon, Joseph P, Perreault, William D, McCarthy, E. J. (2008). *Pemasaran Dasar-pendekatan manajemen global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cindy, A. D., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualita Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's Sarinah Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 94–103.
- Dakhi, Yohanes, Dakhi Paskalis, dan Y. M. S. (2020). *Analisi Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paguyuban Bakery and Cake Kabupaten Nias Selatan*. 5(1), 22–32.
- Elsen Forezca, E. A. (2021). *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. 2(2), 115–121.
- Harsono, B. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Merek Anlene Di Jakarta. *Advanced Optical Materials*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902>
- Lidwina, A. (2019). *Kuartal III-2019, Penjualan Mi Instan Indofood Rp 21,7 Triliun*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/12/kuartal-iii-2019-penjualan-mi-instan-indofood-capai-rp-217-triliun>
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana

Media.

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 Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.

Muhardi, P. D. (2011). *Manajemen Operasional: Suatu pendekatan kuantitatif untuk pengambilan keputusan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Rakhmad, F. (2019). *Dampak Promosi, Diversifikasi Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang Di Area Pasirian*. 139(c), 66–89.

Setiadi, N. J. (2013). *Edisi Revisi, Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (K. P. M. GROUP (ed.)). Jakarta: Kencana Prenada Media

Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari ECO Desa Sambung Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16), 138–155. www.fe.unisma.ac.id

Setyaningrum, A., Udaya, Y., & E. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sulaksana, U. (2007). *“Integrated Marketing Communication”*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pertama). CAPS (Center for Academic Publishing Center).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: ANDI.

- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Edisi Kedua). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.888>
- Yudhi Koesworodjati. (2006). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: FE UNPAS.
- Yulliyane, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bingas Manufacturing. 4(12), 505–515.

