

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. In *Alfabeta, Bandung*.
Alfabeta.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).
Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 96–104.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Evelina, N., Dw, H., Listyorini, S., Administrasi, J., & Fakultas, B. (n.d.).
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMFLEXI (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus).
- Faramita Dwitama. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 2166–2171. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.411>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Effect of Product Quality, Price and Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car in Pt. Wahana

- Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yrama Widya.
- Kenneth & Donald. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communication*. Pearson.
- Kotler, P dan Armstrong, N. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler & Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler & Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing* (15th editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., 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), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>

Nahra Putra, M. T., & Nurmahdi, A. (2020). Analysis of Effect Price and Quality on Brand Image and Its Implication on Purchase Decision Modena Gas Cooktop (Case Study on Grand Galaxy City Residence Bekasi). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(5), 747–761.

<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i5.481>

Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.

<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>

Priyanto. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2018). *Consumer Behavior 11th Edition Harlow*. Pearson Education Limited.

Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Penelitian Pemasaran*. Perdana Media.

Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>

Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 399–413.

<http://trianglesains.makarioz.org>

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

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.

Thengio, J., Beatrice, B., Lie, F., Salim, V., & Marpaung, F. (2021). Franfer Lie, Vrancois Salim, Fenny Krisna Marpaung). *Pengaruh Promosi*, 2(2), 110–116.

Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Penerbit Andi.

World Instant Noodle Association (WINA). (2022). *Demand Rankings*.

<https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>