

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*, Edisi 1, CV Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta

Kotler Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Kotler Philip and Gerry Armstrong. 2016. *Principle of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications* E-book. Somersset, NJ, USA: Wiley

Shimp Terence A. 2004. *Periklanan dan Promosi: aspek tambahan komunikasi terpadu -Jilid 2*, Erlangga, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

JURNAL DAN SKRIPSI :

Akhmad, et all. (2018). "*Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember.*" Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia : 127-143.

Anggraeni, K Dian. (2020). *Skripsi : Pengaruh Penggunaan Siwon Choi Sebagai Brand Ambassador Mie Sedaap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Remaja Di Surabaya.*

Apriyani, Y. (2013). *Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang.* Manajemen.





Arliza Nurliana, Nurliana Putri, and Astuti Miguna. (2019) "*Pengaruh Iklan, Selebriti Pendukung Dan Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Kesadaran Merek Pada Produk Mie Sedaap.*" *Jurnal Manajemen* 11: 24-34.

Awalla, D. L. (2018). Skripsi : *Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsement Terhadap Minat Pembelian pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo.*

ENGGAR, et all. (2018). *Analisis Pengaruh Iklan Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mieinstant Merek Indomie Di Kota Pangkalpinang (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Permai Sejahtera Kota Pangkalpinang).* *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)* 24 : 1-7.

Faizan, Aklis. (2014). *Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap.* *Management Analysis Journal* , : 1-8.

Irju, D Yustika (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sukses Isi 2 Pada Masyarakat Kelurahan Sudirejo Ii Kecamatan Medan Kota.* *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen.* V.1

Kurnia Alunat, Ariyanti. (2016). *Pengaruh Endorsement Terhadap Sikap Konsumen Pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram.* *Jurnal* v3, 5-6.

Kurniawan, G. (2020). *Pengaruh Celebgram dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram Produk Erha Klinik Di Surabaya.* *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis).* v5i1.101.

Marlius, D. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT Intercom Mobilindo Padang.* *Jurnal Pundi*, 1 (1), 57-66.

Pasharibu, Yusepaldo & Osak, D Juliana. (2019). Skripsi : *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness.*

Ramadhanty, G Putri. (2020). Skripsi : *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Penggemar Boyband EXO sebagai Brand Ambassador Nature Republic).*

Saputro, Hidayati & Rizal. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Pembelian Pada Online Shop BLIBI.com.* *Jurnal Riset Manejemen.* 177-178.

Waqidah. (2019). *Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Market Place.* Ponorogo. *Jurnal* 79-82.

Wiguna, Atika & Suyoto. (2016). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Ekuitas Merek, Dan Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik arдах.* *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi XVI* : 1-9.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



INTERNET :

Compas.co.id. *7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris : Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo*. Diakses pada 18 Maret 2022.

<https://compas.co.id/article/mie-instan-goreng/>

Mitra.bukalapak.com *15 Merk Mie Instan dan Cita Rasa Favorit yang Banyak Dicari Orang*. Diakses pada 13 Juli 2022.

<https://mitra.bukalapak.com/artikel/merk-mie-instan-117959>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.