



DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu*. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. Diakses 1 Januari 2023. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Agung (2021). *Ragam Varian Mie Sedaap, Mana Favoritmu?* Wearemania.Net. Diakses 17 Desember 2022. <https://www.wearemania.net/ngalam/ragam-varian-mie-sedaap-mana-favoritmu/15846>
- Almas Shabur. (2022). *Update Harga Sarimi 1 Dus dan Eceran (Goreng, Kuah, Gelas)*. *Harga.Web.Id*. Diakses 20 Desember 2022. <https://harga.web.id/harga-sarimi-1-dus.info>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.); March 2022). PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Cholipah, Nur (2018), Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Kue Bolu Kering (studi kasus loyalitas konsumen pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri)*, Etheses IAIN Kediri.
- Fikri, D. T. (2022). *Mengandung Zat Karsinogenik, Mie Sedaap Rasa Ini Ditarik dari Peredaran di Hong Kong*. *Bisnis.Tempo.Co*. diakses 14 Januari 2023. <https://bisnis.tempo.co/read/1640352/mengandung-zat-karsinogenik-mie-sedaap-rasa-ini-ditarik-dari-peredaran-di-hong-kong>
- Firmansyah, D. M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. In Q. Media (Ed.), *Qiara Media* (Issue August).
- Fitria R. (2022). *Makan di 5 Warmindo “Self Service” Ini Bisa Racik Mie Instan Sendiri*. *Food.detik.com*. Diakses 15 Desember 2022. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6535245/makan-di-5-warmindo-self-service-ini-bisa-racik-mie-instan-sendiri>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gonie L. C. P. F., Tumbel, A., Mandagie, Y., Produk, P. V., Dan, H., Terhadap, P., Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). *PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN DAN KOPI CHAMAR KAWANGKOAN THE INFLUENCE OF PRODUCT*

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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.



VARIATIONS , PRICES AND PROMOTIONS ON PURCHASE DECISIONS IN CHAMAR KAWANGKOAN RESTAURANTS AND COFFEE. Jurnal EMBA Vol . 10 No. 4 Juli 2022 , Hal . 224-232. 10(4), 224–232. Diakses 13 Desember 2022.

Groover, M. P., (2020). *Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Processes, and Systems 7th Edition* - Mikell P. Groover. In *John Wiley*.

Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (18th ed.). Cengage. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>

Inanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). *Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. Diakses 1 Januari 2023. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th Edition)*. In *Journal of Brand Management* (5th ed., Vol. 5, Issue 6). Pearson. <https://doi.org/10.1057/bm.1998.36>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th Edition)* (2021th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe an Edition*. In *Pearson education ltd* (Issue 17th Edition). www.pearson.com/uk

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). *Marketing management 4th European edition*. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).

Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. In *Pearson* (16 ed., Vol. 53, Issue 9). Pearson Education Limited.

Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. Diakses 6 Desember 2022. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>

Lukmana, D. (2022). *10 Tempat Makan Indomie di Jakarta yang Hits dan Kekinian*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Milik IBIKKG (Instansi) dan Informasi Kwik Kian Gie
Instansi Bisnis dan Informasi 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.



Nibble.id. Diakses 20 Desember 2022. <https://www.nibble.id/tempat-makan-indomie-di-jakarta>

Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. Diakses 1 Januari 2023. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>

Nanda, M. (2021). *Mie Instan atau Nasi Putih, Mana yang Lebih Sehat untuk Dikonsumsi?* Hellosehat.com. Diakses 12 Desember 2022. <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/mie-vs-nasi-mana-yang-lebih-baik/>

Ozuem, W., & Ranfagni, S. (2021). *The Art of Digital Marketing for Fashion and Luxury Brands*. In *The Art of Digital Marketing for Fashion and Luxury Brands*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-70324-0>

Pahlevi, R. (2022). *Penjualan Mi Instan Terus Meningkat dalam 5 Tahun Terakhir*. Databoks.Katadata.Co.Id. Diakses 20 Desember 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/penjualan-mi-instan-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>

Putri, M., Caska, C., & Syabus, H. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19*. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 56–65. Diakses 13 Desember 2022. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v19i1.2937>

Quora. 2022, diakses 12 Desember 2022. <https://id.quora.com/Mengapa-ada-banyak-warung-dengan-signature-dish-menggunakan-Indomie-tetapi-jarang-ada-yang-menggunakan-Mie-Sedaap-atau-Supermie>

Salsabila, S. (2020). *Indomie vs Mie Sedaap, Kamu Tim Yang Mana?*. Mediapijar.com. Diakses 17 Desember 2022. <https://mediapijar.com/2020/10/indomie-vs-mie-sedaap-kamu-tim-yang-mana/>

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Jakarta Selatan: Salemba Empat

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Jakarta Selatan: Salemba Empat



Setyorini, T. (2020). *63 Rasa Indomie yang Pernah Beredar di Pasaran, Sudah Coba Semua?* Merdeka.Com. Diakses 20 Desember 2022. <https://www.merdeka.com/gaya/64-rasa-indomie-yang-pernah-beredar-di-pasaran-sudah-coba-semua.html>

Strategi Unik Eddy Katuari di Balik Pemasaran Mie Sedaap. (2014). Indonesiarichest.Net. Diakses 17 Desember 2022. <https://www.indonesiarichest.net/id/strategi-unik-eddy-katuari-di-balik-pemasaran-mie-sedaap/>

Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta)*. In Jurnal STEI Ekonomi (Vol. 29, Issue 02). Diakses 14 Desember 2022

Supermi (2022), Indofood.com, diakses 12 Desember 2022. <https://www.supermi.co.id/faq>

Top Brand Award. 2022, diakses 12 Desember 2022. <https://www.topbrand-award.com/>

Umar, Husein. (1029). *Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Desertasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wahyuningsih, D. W. (2019). *Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 3(02), 407–414. Diakses 12 Desember 2022. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.627>

World Instant Noodles Association (WINA). 2022, diakses 12 Desember 2022. <https://instantnoodles.org/en/>

Yulianti, N. M. D. R. (2020). *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(1), 69–79. Diakses 13 Desember 2022.