

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2016. Manajemen Pemasaran.  
Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller.(2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P.& Amstrong, G. (2016). Principles of Marketing Edisi 16 Global Edition .England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing . (D. Luiz, Ed.) (17e ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited. Retrieved from [www.pearsonglobaleditions.com](http://www.pearsonglobaleditions.com)
- Laksana, Muhammad Fajar (2019), Praktis Memahami Manajemen Pemasaran, Depok: Khalifah Mediatama.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Priansa, Donni Junni.(2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset

**Jurnal :**

- Al fian, Junai. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalias Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 6.Hal.1-18.
- Agustin, T. Y., & Juanim, H. (2019). Pengaruh Media Sosial, Citra Merek dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Bandung Original Merchandise Cihampelas Factory Outlet Jl. Cihampelas No. 210) (Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB Unpas).
- Astuti, Rini & Hasbi,Muhammad (2020).Pengaruh Gaya hidup dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda pada Situasi Covid 19 di Kota Medan. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*.hal.127-135
- Chaterina, Ivana .(2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'chick. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1, Nomor 3. Hal 339-348.
- Chandra, Felita dan Pranatasari, Fransisca Desiana. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Health Enterprise. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.Volume 3, Nomor 2.hal 260-269.
- Dawud Luthfianto.(2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6, Nomor 2.Hal.1-17
- Deborah, Wiendy.(2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, dan Kualitas website terhadap Minat beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Management Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.3, No.1. Hal. 102-108
- Endah, Agustin & Handaruwati, Indah.(2022). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Frozen Food Homemade. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal (BIEJ)*. Volume 4 No.1. Hal.12-17.
- Eldawati, Sopia & Bakkareng, Delvianti.(2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada CV.Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Matua*, Vol. 4 , No. 1.hal.39-52.
- Habibillah, M Wildan dkk.(2018). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap kepercayaan konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey pada petani desa Donowarih, kecamatan Karang ploso, Kabupaten Malang). *Jurnal Litbang Kebijakan*. Vol 12 No. 1. Hal.25-39.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199
- Ningsih, Magfirola Setia.(2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah (Studi Kasus Masyarakat Kampung Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak).
- Nurrohawati,Siti & Alim,Syahrul.,STP.,MM.(2017). Pengaruh Citra merek, kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie (Studi Kasus Konsumen Mie Instan Indomie di Desa Sukadanau ). Hal.1-15
- Nofri,Okta &Ansi Afifah.(2018).Analisis Perilaku Konsmen Dalam Melakukan Online shopping di kota Makasar, *Jurnal Manajemen. Ide Inspirasi (MINDS)* Vol.5,No.1, Hal.113-132
- Oktavia, Anjeli & Harahab, Delila Firi.(2021). *Life Style* dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal wardah. *Jurnal Manajemen Sains*. Vol. 1, No. 2, Hal. 137-145
- Rusmanida.(2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek Pada E-commerce Shopee di kota Banjarmasin.*Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*.Vol,5 no.1. Hal 16-22.
- Suhandi.(2020). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik merek Wardah. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 2, Halaman : 75-79.
- Sukmawati ,Novita dan Ekasasi, Sri Rejeki.(2020).Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis*. Vol 1, No 1.hal 17-28.
- Setyanto, L. E., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Iphone pada Mahasiswa /Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang). *Administrasi Bisnis*, 46, 19-27
- Setyariningsih, Eny.(2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Kota Mojokerto. *Bisman (Bisnis & Manajemen): The Journal Of Business and Management*. Volume 2. Nomor 2.hal.150-164
- Sopang, Fandi Iskandar.(2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa). *Journal Economy And Currency Study (JECS)*. Volume 3,Issue 1.Hal.24-36
- Wibowo, Alvina Faja dan Riyadi, Eko Suseno Hendro.(2020). Pengaruh Gaya Hidup, Presise dan Kelompok Referensi erhadap Keputusan Pembelian

(Studi pada konsumen Taiwan Tea House Semarang). Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis (SANSETMAB) 2017. Hal.97-113.

Widyastuti, Pristiana. 2018. Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 2 (1): 17-28.

Wowor ,Christania A.S., Bode Lumanauw, Imelda W.J. Ogi.(2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 9 No.3, Hal. 1058 – 106.

Yannuar, Masnia Mahardi, Nurul Qomariah, & Budi Santoso.(2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 3 No.1 juni 2017. Hal.61-80.

**Web:**

<https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/> (diakses pada 7 Juni 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/> (diakses pada 14 Oktober 2022)

<https://www.selera.id/merk-mie-instan-sehat-terbaik> (diakses pada 14 Oktober 2022)

<https://www.hometesterclub.com/id/id/reviews/lemonilo-mie-goreng-instan-alami> (diakses pada 7 Juni 2022)

<https://www.lemonilo.com/> (diakses pada 7 Juni 2022)

<https://goodstats.id/article/melihat-frekuensi-dan-waktu-mayoritas-masyarakat-indonesia-dalam-mengonsumsi-mi-instan-sZb6o> (diakses pada 4 Agustus 2022)

<https://id.quora.com/>