

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, & Sugiharto. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1 - 8.
- Award, T. B. (2019). *Mie instan dalam kemasan bag/ Top brand award*. Retrieved from [www.topbrand-award.com:https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mie-instant-dalam-kemasan-bag/](https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mie-instant-dalam-kemasan-bag/)
- Azizi. Rizal. 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat Scoot Di Indonesia”. Skripsi. FKB. S1 Administrasi Bisnis. Universitas Telkom. Kabupaten Bandung.
- Association. Noodles. Instant. World. 2019. “Permintaan Global Mie Instan”. (<https://instantnoodles.org/en/>). Diakses pada 21 Januari jam 19.00 WIB.
- Cindy, K. P. (2017). Effect Of Brand Image And Price Toward Purchase Intention in BEEFJERKY Company. *Review of Management And Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1*, 50 - 55.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen dan Teori Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsalim, & Sugiharto. (2015). Analisis Pengaruh Product Quality, Price, dan Promotion terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard di Surabaya . *Jurnal Permasaran Petra, Vol. 3, No. 1*, 1 - 11.
- Hsu, Y., & Pham, H. (2015). Effect of Reference Pricing on Customer Purchasing Intention. *www.irnbrjournal.com, Vol 4, Issue 4*, 1156 - 1170.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Indrawan, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Surabaya: Refika Aditama .
- Imron. Faizal. Muhammad. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu New Ayla (Studi Kasus Terhadap Konsumen di Kota Bandung)”. Skripsi. FIT. D3 Manajemen Pemasaran. Universitas Telkom. Kabupaten Bandung.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Edisi 17*. Global Edition: Pearson .
- Kwandy, C. P. (2017). Effect Of Brand Image And Price Toward Purchase Intention in BEEFJERKY Company. *Review of Management And Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1*, 50 - 55.
- Mucaï, Mbae, & Noor. (2013). Extended Promotion and Customer's Interest In Buying Non-Star Hotels in Meru Municipality Kenya . *Internasional Review of Management and Business Research*, 691 - 696.
- Mulyadi. Ivan. 2015. "Duel seru mie instan: Si Seleraku VS Si Sedaap". (<https://www.marketing.co.id/duel-seru-mie-instan-si-seleraku-vs-si-sedap/>). Diakses pada 19 Januari 2020 jam 14.15 WIB.
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ardiansyah, & Sugiharto. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1 - 8.
- Award, T. B. (2019). *Mie instan dalam kemasan bag/ Top brand award*. Retrieved from www.topbrand-award.com: <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mie-instant-dalam-kemasan-bag/>
- Cindy, K. P. (2017). Effect Of Brand Image And Price Toward Purchase Intention in BEEFJERKY Company. *Review of Management And Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1*, 50 - 55.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen dan Teori Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsalim, & Sugiharto. (2015). Analisis Pengaruh Product Quality, Price, dan Promotion terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard di Surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 3, No. 1*, 1 - 11.
- Hsu, Y., & Pham, H. (2015). Effect of Reference Pricing on Customer Purchasing Intention. *www.irnbrjournal.com, Vol 4, Issue 4*, 1156 - 1170.

- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Indrawan, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Surabaya: Refika Aditama .
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Indonesiarichest.net. (2014). Strategi Unik Edy Katuari di Balik Pemasaran Mie Sedaap. Retrieved from <https://www.indonesiarichest.net/id/strategi-unik-eddy-katuari-di-balik-pemasaran-mie-sedaap/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Edisi 17*. Global Edition: Pearson .
- Kwandy, C. P. (2017). Effect Of Brand Image And Price Toward Purchase Intention in BEEFJERKY Company. *Review of Management And Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1*, 50 - 55.
- Muca, Mbae, & Noor. (2013). Extended Promotion and Customer's Interest In Buying Non-Star Hotels in Meru Municipality Kenya . *Internasional Review of Management and Business Research*, 691 - 696.
- Natawijaya, A. (2019, Februari 6). *Negara, Masyarakat Indonesia, dan Mie Instan*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/andrynatawijaya>.
- Nugroho, A. R. (2017). The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics and Psychological Factors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya. *iBass Management* , 55-69.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Bandung: Alfabeta.
- Rahman, M. S., Haque, M., & Khan, A. H. (2012). A Conceptual Study on Consumers' Purchase Intention of Broadband Services: Service Quality and Experience Economy Perspective. *International Journal of Business*, Vol 7, No 18. Pp. 115-129.
- Rentjoko, A. (2017, Juli 21). Retrieved from Lokadata.id: <https://lokadata.id/artikel/lihatlah-apakah-daerah-anda-pelahap-mi-instan>
- Shakti, & Zuliarni. (2019). Pengaruh Price Discount Framing Terhadap Purchase Intention Pada Ramayana Department, Store, Jodoh, Batam. *ournal of Applied Business Administration Vol. 3, No. 1*, 2548 - 9909.

- Silaningsih, & Utami. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) produk olahan makanan ringan. *urnal Sosial Humaniora, Vol. 9, No. 2*, 144 - 158.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Procedure Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: Center of academi Publishing Service.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* . Yogyakarta: CAPS.
- Widyaningrum. (2017). Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers . *Jurnal Manajemen ; Star-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6*, 634-641.
- Wingscorp. (n.d.). *Wings Indonesia*. Retrieved from wingscorp:
<http://www.wingscorp.com/>
- Wartaekonomi.co.id.(2016).strategi periklanan indofood vs wings food versi nielsen. Retrived from <https://www.wartaekonomi.co.id/read100748/strategi-periklanan-indofood-vs-wings-food-versi-nielsen>