

DAFTAR PUSTAKA

(2024). Retrieved from Mie Gacoan: <https://miegacoan.co.id/>

Alamsyah, A. (2017). Journal of Computational and Theoretical Nanoscience. Top Brand Alternative Measurement Based on Consumer Network Activity. https://www.researchgate.net/publication/308716102_Top_Brand_Alternative_Measurement_Based_on_Consumer_Network_Activity

Asman Nasir . (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Almira, A. & Sutanto, J. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250-259

Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *eProceedings of Management*, 8(2).

Anwar, M. F., & Jamiat, N. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi Kuchink Solo. *Telkom University*

Aziz, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Yonex. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.

Aziz, F. L. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA PAPA RON'S (Studi Kasus Pada Pondok Pinang Center Jakarta Selatan)* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).

Fitriany, N., & Ariyanti, M. (2024). The Influence of Electronic Service Quality, Sales Promotion, and Product Variation on Purchase Decisions and Satisfaction: a Study on BUKALAPAK. *International Journal of Current Science Research and Review*, 1256-1261.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26, Edisi Kesepuluh. In Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar (Issue September).

Hatammimi, J. (2015). American Scientific Publishers. The Relation of Social Media Understanding to Way of Starting Business, 21. https://www.researchgate.net/publication/283465112_The_Relation_of_Social_Media_Understanding_to_Way_of_Starting_Business

Kotler & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. In *Global Edition*.

Pradhitasya, A., & Hasanah, Y.N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Shopee. *Telkom University*

Prasetio, A. (2022). International Journal of Data and Network Science. The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response, 6. <http://growingscience.com/beta/ijds/5551-the-role-of-instagram-social-media-marketing-activities-and-brand-equity-towards-airlines-customer-response.htm>

Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF. In ALFABETA.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R & D). In Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: AndiOffset.

Wardhana, A., Jasrial, J., Pradana, M., Nugraha, D. W., Firmansyah, I., & Jamiat, N. (2020). Analysis of automotive product selection in indonesia: factors of brand image using analytical hierarchy process. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 59, 1197–1202.

William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). PERSEPSI KEGUNAAN DAN PROMOSI UNTUK MEMPREDIKSI NIAT PENGGUNAAN E-WALLET: SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997>

Wicaksono, R. B., & Hatammimi, J. (2015). Pengaruh Sales Promotion Girl Smartphone Samsung Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Konsumen Smartphone Samsung Indonesia Pada Tahun 2015). *eProceedings of Management*, 2(3).