

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, D., Fabella, N. T., Alfani, A., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB) ISSN: 2745-892x Vol. 2, No. 1,*
- Akhtar, N., Siddiqi, U. I., Ashraf, A., & Latif, M. (2016). *Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products. International Review of Management and Business Research, 5(3), 808.*
- Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 176.* <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Dwiyanti, E. , Qomariah, N., & Tyas. W, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol. 8 No. 2 Desember Hal. 148-163*
- Fahlefi, D. Ri., & Indriastuti, A. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo Pada Angkasa Cell Di Kabupaten Blora. *Jurnal Stie Semarang, 11(1), 38–51.* <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v11i1.337>
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS cetakan ke delapan. Semarang : Penerbit BPUNDIP
- Hakimah, E. N. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Kediri Tahu Merek “POO” Pada Pengunjung Toko Pusat Oleh-Oleh Kota Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 1(1), 13–21.*
- Hidayatullah Elmas, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Brand Wareness Pada Keputusan Pembelian Pada CV Pia Manalagi Ketapang Kota Probolinggo. *Relasi : Jurnal Ekonomi, 16(2), 421–435.* <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.370>
- Iswandi., M., & Ester, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Supermarket Galael MT Haryono. *JURNAL GICI, VOL 12 NO.1. ISSN-2088-1322*

- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April), 1–20.
- Kotler dan Keller (2019). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi Kedua Belas. Penerbit Macanan Jaya Cemerlang
- Putri, M. W. P., Werdiningsih, S. S., & Sunarso. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 16 No 2 Juni: 234 – 241
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Riduansyah, M., Suharyono, S., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 41(1), 163–169.
- Sari, V. Y. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat). *Economica*, 5(2), 199–208. <https://doi.org/10.22202/economica.2017.v5.i2.1852>
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi). Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Sutikno (2020) Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan CS Finance Cabang Tangerang). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3 No 1 Januari 2020 ISSN 2622-4240
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop. ... *Ilmu Dan Ri set Manajemen (JIRM)*.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3052/3068>

Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1557/1516>

Sumber Website :

<https://pddikti.kemdikbud.go.id> Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 19.36

<https://www.topbrand-award.com> Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 19.51

www.indofood.co.id Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 20.04

<https://www.popmie.com/page/about> Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 20.10

<https://industri.kontan.co.id/news/targetkan-anak-muda-pop-mie-luncurkan-produk-mie-campur-nasi> Diakses pada 17 Agustus 2021 Pukul 19.25

