

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Anisa Yusuf, D., Tumbel, A. L., Djemly, W., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). *The Influence Of NCT Dream's KPOP Brand Ambassador and Product Quality On Purchase Decisions For Lemonilo Noodle Products In Manado* (Vol. 10, Issue 3).
- Armansyah, D. B. A., & Ugy Soebiantoro, U. S. (2023). The Effect of Price Perception, Product Variations, and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Aice Products in Gresik Regency. *International Journal Of Social Science And Education Research Studies*, 03(09). <https://doi.org/10.55677/ijssers/V03I9Y2023-09>
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>
- Berlian Rahmawati, Felicia Goenawan, & T. N. V. (2021). *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*.
- Binekasri, R. (2022). *Siapa Pemilik Lemonilo? Startup yang Disuntik Investor India*. Indonesia CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220725083111-17-358164/siapa-pemilik-lemonilo-startup-yang-disuntik-investor-india>
- Budhi. (2017). *Pengertian Persepsi Harga*. 2006, 16–38.
- Cahyadi, I. G. N. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4), 152–159. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444>
- Chandra, S. (2023). *7 Artis Korea yang Pernah Jadi Brand Ambassador Produk Makanan*. POPMAMA. <https://www.popmama.com/life/health/sania-chandra/artis-korea-yang-pernah-jadi-brand-ambassador-produk-makanan?page=all>.
- Chasanah, U., Brata, D., & Sp, G. (2023). Uswatun Chasanah Dewa Brata Gilang SP Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* (Vol. 3, Issue 1).

- Dzulkharnain, E. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(2).
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). CV. PENERBIT QIARA MEDIA. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fiHHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Firmansyah,+M.+A.+\(2019\).+Pemasaran+Produk+dan+Merek+\(Planning+%26+Strategy\).+In+Buku+Pemasaran+Produk+dan+Merek+\(Issue+August,+p.+336\).+CV.+Penerbit+Qiara+Media.&ots=3OvMdfavxl&](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fiHHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Firmansyah,+M.+A.+(2019).+Pemasaran+Produk+dan+Merek+(Planning+%26+Strategy).+In+Buku+Pemasaran+Produk+dan+Merek+(Issue+August,+p.+336).+CV.+Penerbit+Qiara+Media.&ots=3OvMdfavxl&)
- Fitrianti. (2022). *Gandeng NCT DREAM Jadi Brand Ambassador, Lemonilo Hadirkan Banyak Inisiatif Baru*. Lemonilo. <https://www.lemonilo.com/blog/gandeng-nct-dream-jadi-brand-ambassador-lemonilo-hadirkan-banyak-inisiatif-baru>
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, V. P. C. (2019). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price On Purchase Decisions Samsung Smartphones*. <https://ssrn.com/abstract=3314080>
- Handrianto, P., Kusuma Wardani, R., Ikhtiarinawati Fajrin, F., Studi Farmasi, P., & Farmasi Surabaya, A. (2018). Pendidikan Kesehatan Melalui Penyuluhan Tentang Makanan Sehat dan Dampak Konsumsi Mie Instan Bagi Kesehatan Di Desa Drenges Kec. Sugih Waras, Kab. Bojonegoro. In *Journal of Science and Social Development* (Vol. 1, Issue 1).
- Hasibuan, L. (2022). *Tak Cuma Kamu, 5 Negara Ini Cinta Mati Dengan Mie Instan*. RI. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220420094536-33-333068/tak-cuma-kamu-5-negara-ini-cinta-mati-dengan-mie-instan-ri>
- Hapsari, D. R. M. G. (2023). *5 Rekomendasi Produk Mie Instan Sehat, Cocok untuk Stok di Rumah Nih!*. Yoursay.Id.

<https://yoursay.suara.com/ulasan/2023/05/16/083206/5-rekomendasi-produk-mie-instan-sehat-cocok-untuk-stok-di-rumah-nih>

- Ilmi, S., Pawenang, S., & Setya Marwati, F. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken* (Vol. 04, Issue 01).
- Islamiyah, A. N., Priyanto, N. M., & Prabhandari, N. P. D. (2020). Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia tahun 2020: Studi Komparasi. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(2), 257. <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i2.21644>
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–16. <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i2.64>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A. W. & P. Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 174–186.
- Maryati, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga , Brand Ambassador Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 2–17.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Prasetyo, panji eka, & Utama, A. (2018). Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XI Axiata Di Pelajar Dan Mahaiswa Yogyakarta). *Universitas Negeri Yogyakarta*, 3, 458–466.
- Putri, A. S. (2021). *5 Pilihan Mie untuk Bayi dengan Kandungan Aman untuk Kesehatan*. Fimela.Com. <https://www.google.com/amp/s/m.fimela.com/amp/4508558/5-pilihan-mie-untukbayi-dengan-kandungan-aman-untuk-kesehatan>
- Putri, A. W. (2023). *Bukan Indomie, tapi Supermie Pelopor Mi Instan di*

Indonesia.

Katadata.Co.Id.

<https://katadata.co.id/adityawidyaputri/ekonopedia/648024063ea5f/bukan-indomie-tapi-supermi-pelopor-mi-instan-di-indonesia>

- Rangian, M. C., Wenas, R. S., A Lintong, D. C., Rangian, M. C., Wenas, R. S., Ch Lintong, D. A., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2022). The Analysis Of The Effect Of Product Quality, Price Perception And Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decisions In Product Of Ms Glow Skincare In Tomohon City. *284 Jurnal EMBA*, 10(3), 284–294.
- Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Sari, D. F., & Sari, P. N. (2023). *Analisis Pengaruh Healty Lifestyle, Celebrity Endorser, and Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Syamsidar, E. S. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jbe*, 26(2), 146–154. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Origial Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Andi (ed.)).
- Ummat, K. A. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, dan Persepsi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett*. 1(4).
- Wibowo. (2022). Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador, Persepsi Harga, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mie Sehat Lemonilo). *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. <http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon-2008-Coaching-d%eacute;quipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017>