

## Referensi

### Jurnal

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang*. 1–16.  
<https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Ahmad, H. (2017). Mengeksplorasi Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Sikap Terhadap Merek. *Performance*, 24(2), 42–49. <https://doi.org/10.20884/1.performance.2017.24.2.699>
- Al, F. M. M. et. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3, 14–24.  
<https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114.  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardiyanto, lutfi dwiki. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek, Variasi Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gitar Di New Xp Gallery Salatiga*.
- Chusniartiningsih, E. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 7(1), 85–95.
- cicir ratnasari, siti nurjanah. (n.d.). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan. 2019, 07(2).
- Dicky, I. W. ... Pramudana, S. (2018). *Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Salah satu perusahaan yang baru merambah bisnis smartphone adalah OPPO Electronics Corp , Ltd . OPPO Electronics Corp , Ltd . merupa*. 7(10), 5230–5257.
- E.Fransisca. (2018). Pengaruh brand awareness dan kualitas produk terhadap

- keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 53(9), 1689–1699.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107–115. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>
- Finthariasari, M., & Krisna, 1); Sri Ekowati 2); Roy. (2020). Pengaruh Kualias Produk , Display Layout ,. *Ekoimbis Review*, 8(2), 149–158. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
- Firdayanti, A. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Hanif, J. A. F. M. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow Dengan Minat.*
- Hasan, A. P. F. (2020). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Yang Berdampak Pada Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Konsumen Batik Danar Hadi.* 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Image, P. B. ... Beli, M. (2018). *Pengaruh brand image , kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen sarung gajah duduk di kabupaten pekalongan.* 7(2001), 1–9.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Jamaludin, A. ... Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 21(1). [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*, 5(2), 307. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10199>
- Kalsum Ummu, S. U. (2021). Pengaruh Iklan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Boba Brown Sugar Gar Fresh Poso. *Ekomen*, 21(1), 58–68.
- Kridaningsih, A. (2020). *Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto.* VII(2), 153–162.
- Lestari, & Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Muhtarom, A. ... Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas

- Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Manajemen*, 16(1), 36–47.  
<https://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Munte, F., & Polewangi. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68.  
<https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Ningsih, D. N., & Hidayat, C. W. (2017). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Prakasa, R., & Purwanto, H. (2022). *Pengaruh Varian Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Coffe Shop Di Kota Madiun). September.*
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rahmansyah, M. ... Harisandi, Y. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Konsumen Dalam Menentukan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sejahtera Di Mangaran. 1(6)*, 1234–1248.
- Repi, O. W. ... Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 110–119.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setiawan, R. (2018). Pengaruh Media Iklan Televisi, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(1), 69–79.
- Shalihah, N. B. ... Prayoga, A. (2021). *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Pengaruh kualitas produk , harga , dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie ( Studi kasus pada mahasiswa di Lampung ). 3(2)*, 85–93.
- Sulistiyorini, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citramerekdan Kesadaran Merekdalamupaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffee Semarang). 7*, 1–11.
- Sulthoni, Budi, A. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Di Mediasi Minat Beli Konsumen.*
- Sunardi, P. N. ... Pembelian, K. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : 3(3)*, 302–315.
- Sunarsi, D. (2021). *Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda. 1.*
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.

- Tutia, I., & Najib, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab. *Prosiding Industrial Research Workshop and ...*, 697–705. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1501>
- Wasil, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality. *Forum Ekonomi*, 19(2), 137. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2120>
- Wicaksoni, R. A. ... Aprianto, moch siful. (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di semarang*. 21(1), 423–432.
- Yıldırım, S. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 21, 1–9.
- Yola, E., & Utama, L. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Nilai Produk Dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Merek Uniqlo Di Batam. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 353. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11879>

## Buku

- Anwar, H. (2019). *structural equation modeling (SEM) Berbasis Varian* (P. I. P. Indonesia (ed.)).
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Hair, J. ... Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Indrasari, M. (2019). *Buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kotler, & Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Prenhalindo (ed.); 2nd ed.). Hendro Teguh dan Ronny A. Rusli.
- P. Hadi, S. (2007). *Perilaku Konsumen*.
- Martono, N. (2014). *Metode Penltiaan Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Kedua). Bandung: Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Willy Abdillah, J. H. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 103=150.

## Website

- Wiwaha, R. P. (2022). 7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris : Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo. Retrieved March 30, 2023, from [Compas.co.id website: https://compas.co.id/article/mie-istan-goreng](https://compas.co.id/article/mie-istan-goreng)