

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 7(2).
- Amstrong, P. K. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Ardial, D. H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Basu, S. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen (Edisi Kesebelas)*. Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi ke-1 Cetakan 5*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Campbell Damon E, R. T. (2008). *Understanding The Role Of Relevance and Interactivity on Customer Attitudes*.
- Dian Yudhiartika, J. O. (2012). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Instensi Mebeli Produk Kecantikan Pond's. *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 17, No. 2. Hlm: 142-156.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) Cetakan 1*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Manajemen*, 15th ed. New York. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Pratis Riset Komuniiasi Kuantitatif dan Kualitatif (Edisi Ke-2)*. Pernada Media Group.
- Natakusumah. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung). Universitas Telkom Bandung.
- Philip Kotler, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat*. Jakarta: PT Indeks.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rizki, F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Sosial Media Instagram Terhadap Brand Awareness Melalui Customer Online Engagement Pada Mie Gacoan Di Jember . *Skripsi*, 3-4.
- Setyaningrum, E. S. (2020). *Penelitian Kuantitatif (Metode dan Alat Analisis) Dilengkapi dengan Contoh Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Gosyen Publising.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, I. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif)Dilengkapi Denagn Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GRUP.
- Sopiah, S. d. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Edisi 1)*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke-7*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulaksana, U. (2005). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutisna, D. B. (2018). *Metode Penelitian (Edisi Revisi)*. Bandung: CV Pustaka Media.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua)*. Andi Offset.
- Trislianto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian (Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah). Edisi ke-1*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, A. P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Warayuanti, S. (2015). The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes On Product Purchasing Decision Via Online Shopping in Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 74-80.

Sumber Lain :

- Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011-2022*. Diakses pada 2017-2022, dari <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Monavia Ayu R (2022). *Konsumsi Mi Instan Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada 2021 (8 Negara dengan konsumsi Mi Instan Terbanyak 2021)*. Diakses pada 26 Juli 2022 pukul 11.00 Am, dari <https://dataindonesia.id/ragam/detail/konsumsi-mi-instan-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-2021>
- Mie Gacoan (2022). Diakses pada 2022, dari <http://miegacoan.com/>