

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Z. N., & Wardhana, A. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Indomie (Studi Pada Konsumen Indomie Berstatus Mahasiswa di Kota Bandung). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 365–375. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1188>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1323>
- Alexandro, Y. W. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Trust sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 346–353. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.182>
- Amelia, N. Y., Supriyo, E., & Kusumayanti, H. (2024). Analisa Kandungan Senyawa Etilen Oksida Dalam Mi Instan Dengan Menggunakan Apci - Ms (Atmospheric Pressure Chemical Ionization – Mass Spectrometry). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 15392–15405. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14945>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen GOJEK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 08(03), 86–94.
- Annur, C. M. (2023). *Merek Mi Instan Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir (Desember 2022)*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/food-beverage-tobacco/statistik/e2fcc5dcdb524a7/indomie-merek-mi-instan-yang-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat-indonesia-setahun-terakhir>

- Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chrisjunian, C., Gultom, R., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil JWEM*, 13(1), 33–43. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.948>
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/3069>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Global Research and Consulting Institute.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Fakhriansyah, M. (2023). *Taiwan Tarik Indomie: Motif Kesehatan atau Persaingan Dagang?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230427092013-33-432619/taiwan-tarik-indomie-motif-kesehatan-atau-persaingan-dagang>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares (2nd ed)*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>
- Handayani, M., Sunardi, P. N., & Untari, D. T. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Ayana di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 2(1), 845–855.
- Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hasan, A. (2008). *Marketing* (1st ed.). MedPress.
- Hasanah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 41–48. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.107>
- Hasna Al Aliyah, & Budi Istiyanto. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 130–135. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2333>
- Hidayah, N. L. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Personality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Interviewing (Studi pada Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Kecamatan Kebumen). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–10. www.topbrand-award.com
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta.
- Karina, M., Pujiati, H., & Arisandi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Adira Finance Cimanggis. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.164>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Latifa, M. N., Huzaimah, S., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1), 49–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3254>
- Lonan, J. ohanes F., Ogi, I. W. J. M., & Karuntu, M. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia (Studi Mahasiswa Di Feb Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 102–112.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Marlius, D., & Anwar, F. (2023). Pengaruh Brand Image , Brand Trust dan Company Reputation Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pundi*, 07(02), 185–200. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i2.476>
- Melmambessy, D. (2022). Pengaruh Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek Dan Keunikan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 58–72. <https://doi.org/10.55049/jeb.v9i2.179>
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Munfaqiroh, S., Sandy Agung, A. M., & Priyo Sugiharto, D. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*

- Dirgantara*, 15(2), 292–300. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i2.765>
- Nardo, R., Yuliana, R., Ratnasari, K., & Nugraha, J. (2024). *Branding Strategy Di Era Digital* (1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Naully, C., & Saryadi. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 974–983. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.28800>
- Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 53–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3475>
- Petrik. (2022). *Bukan Indomie, Mi Instan Pertama di RI Ternyata Supermi*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20220121092646-25-309262/bukan-indomie-mi-instan-pertama-di-ri-ternyata-supermi>
- Poernomo, T. T., & Setyadarma, B. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Sapi Murni Kud Mekar Sari, Pujon Malang. *SEBATIK*, 25(1), 221–228. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1336>
- Pratama, V. I., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 430–441.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(1), 72.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Presepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JEMSI Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>

- Putri, D. E., Sudirman, A., & Suganda, A. D. (2021). *Brand Marketing* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1428–1438. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.33202>
- Qomariyah, L., & Dwiridotjahjono, J. (2024). The Effect Of Advertising, Product Quality, And Brand Image On Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variables (Study On Consumers Of Pucuk Harum Tea In Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 88–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.2100>
- Qomariyah, L., & Haryadi, D. (2022). Meningkatkan Loyalitas Merek Dengan Pengalaman Merek Melalui Cinta Merek dan Kepercayaan Pada Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 23–43. <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.9421>
- Rahayu, S., Restuti, S., & Taufiqurrahman, T. (2023). Pengaruh Lifestyle, Product Innovation dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Skincare Wardah di Kota Pekanbaru. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 1(2), 329–340. <https://doi.org/10.57235/motekar.v1i2.1185>
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economia*, 2(10), 2722–2739. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.896>

- Rissalah, T. A., & Sulistyawati, L. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1163–1180. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i5.1069>
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Roya, I., & Afrizoni, H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Pada Budiman Swalayan Cabang Pondok. *EMJM Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 2(4), 325–337. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/emjm.v2i4.1152>
- Sabaru, W. C., Wenas, R. S., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Vivo (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 340. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41291>
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.894>
- Santana, A. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Brand X Di Jakarta. *Jurnal MANajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(04), 150–155.
- Sapitri, E., Sampurno, & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni Dan Teknologi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>

- Saputra, M. D. H., Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Loyalitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 336–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.973>
- Saridewi, D. O., & Nuggroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sayekti, S. (2024). *Indomie Kembali Terpilih sebagai The Most Chosen Instant Noodle Brand in the World*. Kontan. <https://amp.kontan.co.id/news/indomie-kembali-terpilih-sebagai-the-most-chosen-instant-noodle-brand-in-the-world>
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economia*, 2(2), 693–708. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Siagian, O. P., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Air Mineral Merek Tirta Tio. *Madani: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(3), 371–378. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12662522>
- Sinaga, L. R., & Pramanda, N. I. (2018). Analisis Pengaruh Brand Name, Service Quality, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Miniso Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 11(1), 51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i1.8530>

- Sujarweni, W. V. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Layanan Video Streaming Digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–539. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35418>
- Taufani, M. R. I. (2023). *Perang Indomie Vs Mie Gaga Viral, Nilai Pasar Lenyap Rp 6,7 T. CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230909134532-128-470966/perang-indomie-vs-mie-gaga-viral-nilai-pasar-lenyap-rp-67-t>
- Tim. (2023). *Susul Taiwan, Malaysia Tarik Indomie Rasa Ayam Spesial*. CNBC Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20230426170441-106-942339/susul-taiwan-malaysia-tarik-indomie-rasa-ayam-spesial>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (A. Diana (ed.); I). CV. Andi Offset.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 713–725. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29758>
- Widjaya, J. E., & Nursal, M. F. (2023). Influence Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions (Mr. Bread Product In Indomaret Store). *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 1(1), 51–59.
- Wijayaningsih, R., Soehardi, Jumawan, Winarso, W., Nursal, M. F., & Noor Fikri, A. W. (2021). Model Peningkatan Keputusan Konsumen Melalui Kualitas Produk, Harga Dan Food Safety Umkm Ikan Asin Panimbangan Banten. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 156–168. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.987>

- Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial 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>
- Zulfiana, Nujum, S., & Selong, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopee Di Kota Makassar Dengan Mediasi Repurchase Intention. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325–338.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.1179>

