

Daftar Pustaka

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press. https://id.scribd.com/document/853616398/Managing-Brand-Equity-Aaker-1991#google_vignette
- Aisyah, R., & Hiola, S. K. Y. (2017). Pergeseran pangsa pasar produk nugget ayam di kota makassar. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)*, 978-602-6, 13-18.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Astuti, D. D., & Gusti, Y. K. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Cita Rasa dan Harga Produk Supermi di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 9(1), 210-218. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1548>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rata-rata konsumsi perkapita seminggu menurut kelompok bahan makanan lainnya per kabupaten/kota (satuan komoditas), 2024*. 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNiMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bahan-makanan-lainnya-per-kabupaten-kota.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Blora. (2024). *Kabupaten Blora Dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Blora.
- Compas. (2023). *Top 3 Seller Indomie yang Jadi Selera Konsumen di Shopee & Tokopedia*. Compas. <https://compas.co.id/article/top-seller-indomie/>
- Desiarsita, E., & Triastuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset*, 13(1), 37-45.
- Faradila, S. M., Kurnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(2), 256-271.
- Fernando, J., Saputra, M. H., Priscilla, J., & Marybiet, G. (2024). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Kalangan Mahasiswa UNAMA Thehok. *JUMANAGE (Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 3(1), 347-358. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1590>
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(September), 2628-2643.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://www.scribd.com/document/607370154/Ghozali-dan-Latan-2015>
- GoodStats. (2024a). *Merek mi instan favorit orang Indonesia*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-mi-instan-favorit-orang-indonesia-qKwco>
- GoodStats. (2024b). *Orang Indonesia Makan Mi Instan 1-6 Kali per Minggu*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/mi-instan-makanan-favorit-indonesia-n2F3Y>

- Hair, F. J., William, Rolph, J., B. B., & Babin. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (second edi). Sage Publications, Inc.
- Hapsari, A. P., Utamaningsih, A., Hidayatinnisa, N., Niaga, A., Malang, P. N., Blimbing, K., Lowokwaru, K., Produk, K., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh citra merek dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk indomie di kota malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10, 347–353.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. <https://www.scribd.com/document/936091172/Indrasari-M-2019-Pemasaran-Dan-Kepuasan-Pelanggan-Surabaya-Unitomo-Press>
- Jasin, M. (2022). The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention of SMEs Product. *Journal Of Information Systems And Management*, 01(04), 54–62.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1. <https://doi.org/10.2307/1252054>
- Kotler, P., & Armstrong. (2021). Principles of Marketing. In *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kumaresan, R. C., & Samydoss, C. (2024). Effect of Brand Image and Brand Trust on Purchase Intention of Fast-Moving Consumer Goods. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(12), 1–11. <https://doi.org/10.55041/IJSREM39602>
- Kusuma, D. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Malang)*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Lestari, S. T., & Saputra, F. E. (2024). The role of brand trust in mediating effect of brand image on purchasing decision at Unilever products. *International Journal of Economics Development Research*, 5(4), 3379–3393. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v5i4.6153>
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Mariana, A. R., Widiyana, M. E., & Istanti, E. (2021). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Cincau Station Ciputra World Surabaya. *Benchmark Journal*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i1.217>
- Meli, N., Arifin, D., & Sari, S. P. (2022). Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi (Senakota)*.
- Napitupulu, T., Tumbel, A., Tawas, H., Beli, M., Pemediasi, S., Brand, P., Dan, I., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Minat Beli Sebagai Pemediasi Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 11(1), 1149–1159.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif.

Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman, 4(1), 59–75.

- Novanto, F. A., Hasanah, K., & Purwanto, H. (2022). Pengaruh brand image dan sosial media Instagram terhadap keputusan pembelian sepatu Compass melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA 4)*, 1–18.
- Nuraini, A., Hartati, R., Ekasasi, S. R., & Nurweni, H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Cakrawangsa Bisnis*, 04(01), 11–26.
- Pasaribu, V. L. D. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS*. 37–49. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pranata, D. A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(5), 892–915.
- Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa, C. (2022). The Influence of Brand Image , Product Quality , and Price on Purchase Decisions (Study on iPhone Smartphone Users in Malang City). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(02). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *The theory of planned behavior (Implementasi perilaku electronic word of mouth pada konsumen marketplace)*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ramadhan, M. Z., & Suprihhadi, H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Cafe Dalem Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(2).
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit Nem. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ISYrEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Roflin,+E.,+%26+Liberty,+I.+A.+\(2021\).+Populasi,+Sampel,+Variabel+dalam+penelitian+kedokteran.+Penerbit+Nem.&ots=okALueoZ3_&sig=b9yCT_y4GO_ce1CXPV4xiVCXgGU&redir_esc=y#v=onepage&q](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ISYrEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Roflin,+E.,+%26+Liberty,+I.+A.+(2021).+Populasi,+Sampel,+Variabel+dalam+penelitian+kedokteran.+Penerbit+Nem.&ots=okALueoZ3_&sig=b9yCT_y4GO_ce1CXPV4xiVCXgGU&redir_esc=y#v=onepage&q)
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literatur Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tannady, H., Sjahrudin, H., Saleh, I., & Renwarin, J. M. J. (2022). Peran inovasi produk dan citra merek terhadap minat pelanggan dan implikasinya terhadap keputusan pembelian produk elektronik. *Jurnal Widyakala*, 9(September), 93–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.36262/widyakala.v9i2.602>

- Tindangen, K., Aotama, R. C., Wuisan, Y. W., Sariputra, U., Tomohon, I., Sariputra, U., & Tomohon, I. (2024). Pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli Indomie (Studi pada Mahasiswa UNSRIT). *Jurnal EHO (Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Humaniora)*, 4(2), 38–47.
- Wahyuningsih, S., Latifah, S., & Pratiwi, D. (2024). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Produk Buttonsarves*. 7(2), 837–847.
- Widyana, S. F., & Putri, N. K. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. 12(September), 1–13.
- World Instant Noodles Association. (2025). *Global demand for instant noodles by country*. 7 Mei 2025.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.