

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- anisa anggraini (2022).pdf*. (n.d.).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Ferdinand, A. (2009). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 untuk Penelitian Empiris..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurbuz, E. (2018). *Theory of New Product Development and Its Applications*.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., Kacmar, C., Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). *Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce : An Integrative Typology*. 13(3), 334–359.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (kelima Jil). Erlangga.

- Petters, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rahmi Rahayu, D., Pratikto, H., & Siswanto, E. (2023). the Influence of Price and Product Innovation on the Purchase Intention of Wuling Electric Cars With Brand Image As an Intervening Variable: a Study on Prospective Electric Car Consumers in East Java. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 517–525. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.207>
- Razak, I. (2016). *Editorial Board*.
- Santoso, B. S., & Zulhelmi. (2018). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN PRODUK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus pada “Atala Art” di Jepara). *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Indeks
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). ANALISIS eWOM , BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN MINAT BELI. 8(2), 47–54. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.47-54>
- Seong-Soo, C., & Lee, S.-H. (2020). The Influence of Ramen Selection Attributes on Consumer Purchase Intention □ The Influence of Ramen Selection Attributes on Consumer Purchase Intention. *Korean Journal of Food & Health Convergence*, 7(4), 1–11.
- Setiadi. Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana

- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Simbolon, P. S., & Sukresna, I. M. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(2), 39–48. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i2.39181>
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Menejemen Pemasaran Modern*.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). *Consumer perceived value : The development of a multiple item scale*. 77, 203–220.
- Ujianto Ujianto, & Abdurachman Abdurachman. (2004). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENIMBULKAN KECENDERUNGAN MINAT BELI KONSUMEN SARUNG (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), pp.34-53. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15648>
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

SUMBER WEB

1. <https://www.kompas.com/edu/read/2023/05/20/151700371/dosen-umm--begini-cara-olah-mi-instan-agar-tak-berbahaya-bagi-tubuh> (diakses 18 Juni 2024)
2. <https://jakpat.net/info/jakpat-chart-top-7-merek-mi-instan/> (diakses 18 Juni 2024)