

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta Pratama, R., & Dewi Kusuma, C. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6966.
- Alfinanda Rafika, N., & Nugroho Sulistyowati, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 17th red.
- Anshori, I. F., Ekawaty, N., & Cahyani, D. J. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J.CO DONUTS & COFFEE di Resinda Park Mall Karawang Pada Masa Pandemi COVID-19. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(2).
- databoks, & Cindy Mutia Annur. (2022, October 12). *Compas Gaet NCT, Dashboard Temukan Penjualan Mi Instan Lemonilo Melonjak 154%*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/gaet-nct-compas-dashboard-temukan-penjualan-mi-instan-lemonilo-melonjak-154>
- Demand Ranking-World Instant Noodles Association*. (2022, May 13). World Instant Noodles Association (WINA). <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>
- Destiani, G. P., Marheni,), & Saputri, E. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung The Influence Of Brand Ambassador And Quality Product To Purchase Interest Mie Sedaap Korean Spicy Chicken In Bandung*. <https://instantnoodles.org/en>
- Dhaefina, Z., AR Nur, M., F. Sanjaya, V., & Pirmansyah. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48.

- Edward, & Ruslim, S. T. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image, Brand Trust terhadap Purchase Intention Produk Milo. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 669–679.
- Faradiba, & Astuti Tri, R. S. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11.
- Fitriana, N. I., & Cahyanti, M. M. (2022). Peran Healthy Lifestyle dan Advertising Intrusiveness terhadap Repurchase Intention Mie Instan Lemonilo. *JEM: Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 112–119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6451>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*.
http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545
- Ginting Isnaini, R. S., Sugianto, & Hasibuan Aermayani, R. R. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2(2), 421–428.
- Gunawan, F. N. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Two Good Bakery. *JMM: Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1617–1634.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i12.491>
- Gunawati, Y., Handoko, T., & Widodo, Z. D. (2022). Pengaruh Iklan Media Elektronik, Brand Ambassador dan, Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surakarta). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 7(2).
<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*

- (*JRMB*) *Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Handoyo. (2020, January 28). *BPS : Pola Konsumsi dan Gaya Hidup Masyarakat Sudah Berubah*. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-pola-konsumsi-dan-gaya-hidup-masyarakat-sudah-berubah>
- Hapsara, V., Darmawan Kimberly, A., & Marselino, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Kembali Di Seporsi Mie Kari Alam Sutera. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 2(1), 101–119.
- Hien, N., Phoung, N., Tran, T., & Thang, L. (2020). The effect of county of origin image on purchase intention : The mediating role of brand image and brand evaluation. *Management Science Letters*, 10(6), 1205–1212.
- Iffathurjannah, I. M., & Harti. (2021). Pengaruh Keamanan Makanan, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *JEBM : Journal Feb Unmul*, 18(2), 235–246.
- Jesica, P. S., Pranata, S., & Lukita, C. (2023). Pengaruh Efektivitas Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan Penbelian Produk Mie Instan Lemonilo. *JW : Jurnal Witana*, 1(1), 1–9. <http://jurnalwitana.com/index.php/jw/article/view/3>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management Bulding, Measuring, and Managing Brand Equity . *Fifth Edition*.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017, November 25). *Indonesia Masuk Kategori Negara Industri*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/18473/Indonesia-Masuk-Kategori-Negara-Industri>
- Kementerian Perindustrian RI. (2022, November 9). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57%*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

- Kotler Philip, & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management Edisi ke 15*. Penerbit Pearson Education Limited.
- Koto, M., & Ridho, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *FRIMA : Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 2, 349–355. <https://doi.org/https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.53>
- Lemonilo.com. (2021a, May 21). *Lemonilo Brand Healthy Lifestyle Consumer Goods* . Lemonilo.Com. <https://www.lemonilo.com/blog/lemonilo-fit-club-ajak-zumba-seru-biar-badan-nggak-lebar-an-habis-liburan>
- Lemonilo.com. (2021b, November 10). *Berikan Perhatian Lebih pada Kesehatan Masyarakat, Cara Lemonilo Founders Rayakan Hari Pahlawan*. Lemonilo.Com. <https://www.lemonilo.com/blog/berikan-perhatian-lebih-pada-kesehatan-masyarakat-cara-lemonilo-founders-rayakan-hari-pahlawan>
- Lemonilo.com, & Fitrianti, A. (2022, June 9). *Mie Lemonilo Memiliki Beragam Varian Rasa*. Lemonilo.Com. <https://www.lemonilo.com/blog/kini-varian-rasa-mie-lemonilo-makin-beragam-mana-yang-jadi-favoritmu>
- Madja El, M. N. (2021). Representasi Makna Iklan Mi Lemonilo Tahun 2020 Episode “Mie Hebat Untuk Keluarga Sehat” (Analisis Semiotik Charles Morris). *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 162–173.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake The Effect Of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Of Bandung Kunafe Cake*.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1).

- Purwanto, N., & Rofiah, C. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth on Visiting Interests With Mediation Theory of Planned Behavior on Halal Tourism Objects in Jombang Regency. *International Conference on Business & Social Sciences*, 3(4), 873–887.
- Putra Dwi, A. S., Muratin, & Suroyo. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan TV Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Indofood Sukses Makmur TBK di Bekasi. *Journal Al-Misbah*, 1(3), 393–402. <http://jurnal.umika.ac.id/index.php/almsisbah/article/view/325>
- Qi Xin, & Ploeger, A. (2021). Explaining Chinese Consumers Green Food Purchase Intentions during the Covid-19 Pandemic: An Extended Theory of Planned Behavior. *MDPI Stay Neutral with Regard to Jurisdictional*, 10, 2–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/foods10061200>
- Rachmah, M. S. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *IJOSMAS : Internasional Journal Of Social And Management Studies* , 3(4), 83–88.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK ADES Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1). <https://www.indopremier.com>,
- Santoso, S. (2017). *Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas*. 44.
- Sarayar, L. Ch. M., Soepeno Djurwati, & Raintung, Ch. M. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga, dan Kualitas Product Terhadap Minat Beli “FOLCIS PUDDING” Manado. *Journal EMBA*, 9(4), 294–303.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Supardin, L., She Melly Anne Dharasta, Y., & Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, S. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth and Price on Purchase Decision Mie Ayam Bu Tumini at Yogyakarta* (Vol. 5, Issue 2).
- Suryanto. (2021, March 2). *Terinspirasi hallyu, Lemonilo hadirkan mie pedas Korea*. Antara New.Com. <https://www.antaraneews.com/berita/2022588/terinspirasi-hallyu-lemonilo-hadirkan-mie-pedas-korea#mobile-nav>
- Tajuddin Ahmad, R. N. U., Hassan Abu, F. L., Othman Kadir, A., & Razak Abdul, N. (2020). Electronic Word of Mouth (E-WOM), Brand Image and Consumer Purchase Intention on Healthcare Products. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 3(1), 73–83.
- Utami, V., Prabandari, S. Y., & Susetyowati. (2019). Determinan Konsumsi Mie Instan pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya. *Berita Kedokteran Masyarakat : BKM Journal of Community Medicine and Public Health*, 33(3), 153–160.
- Viani Intan, A. G., Mitariani Eka, W. N., & Imbayani Ayu, G. I. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMAS*, 3(3), 35–43.
- Waluya, I. A., & Iqbal, A. M. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesia Automotive Customers. *Int. J. Service, Economics and Management*, 10(2), 177–193.
- Widiyaningsih, H. T., Wijaya, D. Y., & Safitri. (2019). Gambaran Health Belief Pengkonsumsi Mie Instan pada Mahasiswa. *UEU Undergraduate Journal Image Marked*, 1–10.
- Wijaya, I. G. B., & Dewi, N. N. D. R. (2022). Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli mie Lemonilo di Kota Mataram. *SOROT*, 17(1), 59. <https://doi.org/10.31258/sorot.17.1.59-68>

- Yetmi, F., Harahap Dewi, S. F., & Lestari, W. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Fast Food pada Siswa di SMA Cerdas Bangsa Kabupaten Deli Serdang Tahun 2020. *STUDIA: Jurnal Hasil Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 25–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.32923/stu.v6i1.2021>
- Yusuf, A. D., Tumbel, L. A., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador KPOP NCT Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado. *Journal EMBA*, 10(3), 965–974.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YAN
YOGYAKARTA