

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Andreas T, And Stefanus H Michael. 2014. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya*. Hospitality Dan Manajemen Jasa.
- Andriyani, Nina. 2017. *Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Online di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin*. Skripsi, Syariah dan Ekonomi Islam.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Arshad, M.S., & Aslam, T. (2015). *The Impact of Advertisement on Consumer's Purchase Intentions*. MS Management (Marketing) University of Agriculture Faisalabad, Pakistan
- Arza, Audina EI. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa*. Skripsi. Universitas Negeri Padang
- Atmaja, D.P., Adiwinata, M.F. (2013). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. 2(1), 12-23.
- Bnu, N., Hastuti, H., Sinarwaty, M.A., Rommy, N., Razak, A. dan Nur, Y.N. 2018. *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 20, Issue 8: 76-81
- Bungin, Burhan. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Cahyowulan, SA. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador pada Minat Beli Produk Wrangler dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa yang Kuliah di Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). *Evaluating the influence of Youtube advertising for attraction of young customers*. Computers in Human Behavior, 59, 165–172.
- Drummond KE & Brefere LM. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Page 3-4
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Elisa., Firdaus, Y. (2015). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy (Studi kasus warga RT. 48/10 8 Ilir, Ilir Timur II, Palembang)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vo.13 No.3 September
- Ernawati, Dwi. (2018). *Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Terang Bulan Jessy Di Kota Kediri*. Skripsi. Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Erna, Ferrinadewi. 2008. *Merek Dan Psikologis Konsumen Impikasi Pada Strategi Pemasaran*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan.

- Feiz, D., Fakharyan, M., Reza Jalilvand, M., & Hashemi, M. (2013). *Examining the Effect of TV Advertising Appeals on Brand Attitudes and Advertising Efforts in Iran*. *Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 101–125.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT Wahana Wirawan Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2221 - 2229
- Hani, Safi. dkk. (2018). *The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior: Case of The Lebanese Jewelry Industry*. Beirut: Elsevier B.V. of Holy Spirit University of Kaslik.
- Ilmi, Sofia dkk. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. *Edunomika* Vol. 04 No. 01
- Imantoro, F., Suharyono & Sunarti. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 57 No.1 April.
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*”, *Edisi 4*, Jakarta PAV-Ekonomi.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Somerset, NJ, USA: Wiley*.
- Lin, L. (2011). *The Impacts of Avertising Appeals & Advertisings Spokesspersons an Advertisings Attitudes & Puchase Intentions*. *African Journals of Businesss Management*, 5(21), 8446-8457. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.925>
- Malik, F., Yaqob, S., dan Aslam, A.S. (2012). *The impact of price perception, service quality, and brand image on customer loyalty (study of hospittally industry in Pakistan)*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5, 487-505.
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M., & Iqbal, H.K. (2013). *Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior*. *World Applied Sciences Journal* 23 (1): 117-122. doi: 10.5829/idosi.wasj.2013.23.01.824.
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2019). *How smartphone advertising influences consumers' purchase intention*. *Journal of Business Research*, 94, 378-387.
- McDaniel, Carl. Charles W. Lamb, Joseph F. Hair. (2001). *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta. Salemba Empat
- Mcdaniels, Ron. (2009). *Buzzoodle Buzz Marketing*. Jakarta:PT.Elex Media Komputindo.
- Mukramah. 2020. *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Sipin Kota Jambi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin

- Nasution, Sri Izati. 2019. *Pengaruh Kemasan Standing Pouch, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Goodkedai Dimedan Night Market*. Skripsi. Universitas Medan Area
- Natasha, Akiko., Kristanti, Debrina Dwi. (2013). *Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Modern Café Surabaya*, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Volume 2, No 1, Hal. 179-190.
- Poluan, J.G., Lumintang G., Untu V. (2016). *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado)*. Jurnal EMBA Vol.4 No.3 September 2016, Hal. 671-681
- Putra, G.P., Arifin Z., Sunarti. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 48 No.1 Juli
- Restanti, Kusumawati, Devita. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Zoya Fashion Dan Hijab)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 68 No. 1 Maret
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Selebrities*. Jakarta : Alex Media.
- Sangadji, E.M., Supiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Seong Soo Cha & Xiao-Wu Wang. (2020). *A Cross-National Study on Selection Attributes of Instant Noodle between China and Korea*. Journal of Food Products Marketing, 26:1, 1-16, DOI: 10.1080/10454446.2019.1711483
- Shimp, Terence. A. 2014 (terj. Harya Bhima Sena, Fitri, Santi, Anisa Puspita Dewi). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi, Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang, S.H. (2012). *Bisnis Konsep dan Kasus. Cetakan 2*, Usu Press. Medan
- Subbiah, P. Venkata., A.S. Sathish. (2020). *Exploring The Influences Of Celebrity Endorsement On Purchase Intention And Brand Loyalty Among Rural Youth*. Journal of critical reviews Vol 7, Issue 6
- Sugiyono. (2016). *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). *Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa*. MBR (Management and Business Review), 4(1), 52-59. <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629>
- Susilo. (2007). *Panduan Penelitian Tindakan Kelas*. Yogyakarta:Pustaka Book Publiser.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Penjualan edisi 3*.Yogyakarta: BPFE
- Wahidah, N. (2010). *Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*.<http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponenyangmemengaruhi-cita.html>. Diakses tanggal 10 Agustus 2020

- Walukow, A.L.P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal EMBA. 1 (3).2303-1174.ISSN 2303-1174.
- Wells, W., & Moriarty, S. (2011). *Advertisinsg: Principles and Practice, 9th ed*. London: Pretinces Hall
- Wings. Corp. (2020). *Our Story*. <https://www.wingscorp.com/content/story.php?l=2&m=257>. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2020
- Wings. Corp. (2020). *Product Detail*. https://www.wingscorp.com/content/product/product_detail.php?h=1&b=4&c=22&l=2&m=63. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2020