

DAFTAR PUSTAKA

- Annike, Yuliansastra,dkk.2012.*Analisis Fitur Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Pemetaan Presepsi mie Instan*.Fakultas Ekonomi.Universitas Brawijaya.Malang.
- Astiono,Pudi.2015.*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Respon Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Produk Indofood*.Fakultas Ekonomi. Universitas Darul Ulum Lamongan.Lamongan.
- Assaur, Sofjan.2002.*Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*.PT RajaGrafindo Persada:Jakarta.
- Fajar, bagus,dkk.2014.*Pengaruh Iklan Mie Sedaap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.Fakultas Ekonomi.Universitas Jember.Jember.
- Haeruma, Lutfi.2009.*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Nokia*.Fakultas Ekonomi dan Bisnis.UIN Syarif Hidayatullah.Jakarta.
- Hajamohidden, Dr.OM dan Raj, M.Dr.J.2016.*A Study on Habitual Buyer with Special Reference to Household Product.No3.Vol3/1*.Departement of Business Administration.Don Bosco College of Arts &Science.Karikal.
- Hapsari, Yuarisca.2012.*Analisis Faktor-FaktorYang Mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen Pada Makanan Siap Saji Kentucky Fried Chicken*. Fakultas Ekonomi.Universitas Semarang.Semarang.
- Haliana, Novel.2006.*Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Indomie*. Fakultas Ekonomi.Universitas Guna Darma. Jakarta.
- Istijanto.2009.*Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*.PT.Gamedia Pustaka Utama:Jakarta.
- Jayakusuma,Herdy.2011.*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalamKeputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.Jakarta.
- Kotler,P dan Amstrong,G.2008.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Jilid 1.Edisi 12.178-179.Erlangga:Jakarta.
- Kotler,Philip dan Amstrong,Gary.2001.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Jilid 1.Edisi kedelapan.Erlangga:Jakarta.

- Lin, M.Y and Chang, L.H. 2003. *Determinant of Habitual Behavior for National and Leading Brand in China*. No12. Vol2. Departement of Business Administration. National Taiwan University. Taipei.
- Macdonald, E.K and Sharp, B.M. 2000. *Brand Awareness Effect on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product*. Journal Of Business Research. vol1. pp148-55. California.
- Nurjannah. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen dalam Menggunakan Ponsel GSM Tipe QWERTY*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Peter, Paul J dan Olson, Jerry C. 1999. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasar)*. jilid 2. Edisi keempat. Erlangga: Jakarta.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. *Pengaruh Promosi, Potongan Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie*. Fakultas Pendidikan Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Rangkiti, Fredy. 2009. *Strategi Promosi Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2004. *SPSS Versi 11.5*. Cetakan kedua. Gramedia: Jakarta.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. 2004. *Riset Pemasaran (Konsep dan Aplikasi dengan SPSS)*. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. PT. Indeks: Jakarta-Barat.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi 13. Alfabeta: Bandung.
- Sudjana . 2005. *Metode Statistik*. Bandung. Tarsito
- Swastha, Basu, Dh. 1996. *Azaz-azaz Marketing*. Liberty: Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Edisi kedua. Andi Offset: Yogyakarta.

Utami, Indah, W dan Hastuti, Indra. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Mie Instan*. Fakultas Teknik Informatika. STMIK Duta Bangsa. Surakarta.

Wood, W and Neal, D.T. 2009. *The Habitual Consumer*. Department of Psychology. University of Southern California. Los Angeles.

<http://www.marketing.co.id/duel-seru-mie-instan-si-seleraku-vs-si-sedaap/>

www.Frontier.co.id

www.Wingscorp.com

<http://ayufirdasari.blogspot.co.id/p/blog-page.html>

www.miesedaap.com