

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., & Supriono. (2017). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Survei pada Konsumen Go-ride di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(2), 135–141.
- Aditya, S. (2024). *Viral Detik-detik Oknum Ojol Pukul Kepala Karyawan Perempuan di Tangsel*. <https://www.viva.co.id/trending/1686380-viral-detik-detik-oknum-ojol-pukul-kepala-karyawan-perempuan-di-tangsel>
- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Akbar, Ach. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa di LDC FEB UB)*.
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Konsumsi Mi Instan di Indonesia Meroket Semenjak Pandemi Covid-19*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/25/jumlah-konsumsi-mi-instan-di-indonesia-meroket-semenjak-pandemi-covid-19>
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). *The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Application*. April 2020.
- Brooks, E. (2023). *The Theory of Planned Behavior: Behavioral Intention*. <https://www.simplypsychology.org/theory-of-planned-behavior.html>
- Fahmi Hikmat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Minat Beli Ulang dalam Pembelian Online. *COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development*, 2(5), 527–541. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i5.676>
- Foxall, G. R. (2023). The neurophysiological Behavioral Perspective Model of consumer choice and its contribution to the intentional behaviorist research programme. *Frontiers in Human Neuroscience*, 17. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2023.1190108>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: a review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- Hartley, J. (2005). *Creative Industries*[John_Hartley]]. 432.
- Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts of the Creative Industries*.
- Haryanti, R., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berlangganan Layanan Netflix. *Jurnal*

- Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis, 8(4), 4706–4715.
<https://doi.org/10.29303/ju.v2i3.317>
- Heryani, H., Legowo, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298.
<https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Hidayati, K. F. (2024). *Industri Kreatif: Mengenal Arti, Contoh Bidang, dan Sejarahnya*. <https://glints.com/id/lowongan/industri-kreatif-adalah/>
- I Wayan Arik Krisna, I. G. A. I. I. M. S. P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal EMAS*, 4, 252–260.
- Ibrahim, S., Ignatius, J., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2023). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK K-24 SURABAYA*. 2.
- Ilham, & Hermawati. (2018). Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lalego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(1), 17–24.
- Indonesia, K. P. R. (2024). *Hak Kekayaan Intelektual*.
http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/99-hak-kekayaan-intelektual
- Jubel, D. (2019). *Apakah Mie Indonesia Termasuk Merk Ramen Yang Disukai Konsumen? Analisis with R*. <https://medium.com/@daju.01/apakah-mie-indonesia-termasuk-merk-ramen-yang-disukai-konsumen-analisis-with-r-bb748de3a75a>
- Khan, M. M. (2018). The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention - Evidence From Q Mobile Linq Advertisement. *Pakistan Business Review*, 1065–1082.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, P., Keller, K. L., Tan, C. T., Ang, S. H., & Leong, S. M. (2017). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Pearson.
- Marlien, R. A., Putri, C., Basiya, R., & Suteja, B. (2021). Analysis of Factors Affecting Consumer's Purchase Intention Impact on Customer Behavior Outcomes. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame 2020), 430–434.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.086>
- Meliani, R., & Meisyaroh, S. (2022). PENGARUH KONTEN MUKBANG “TANBOY KUN” TERHADAP MINAT MENONTON MAHASISWA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE ANGKATAN 2018. *Jurnal Manajemen Kwik Kian Gie*, 2.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661.
<https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10161>
- Munandar. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 6(1), 1–9.
- Nadhril Adabi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.

- Nuranisa, A. (2021). *Tujuan Pemasaran, Fungsi, Konsep, dan Strategi yang Wajib Diketahui dalam Memulai Bisnis*. <https://www.liputan6.com/hot/read/4512575/tujuan-pemasaran-fungsi-konsep-dan-strategi-yang-wajib-diketahui-dalam-memulai-bisnis>
- Nuriyah, Ainun, & Wahyudi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Trubus Sport Center di Tana Paser. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1(1), 31–47.
- Pamungkas, Z. A. (2021). “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP EWOMDENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada UD ‘Harum Manis’ UKM Oleh-oleh dan Souvenir Khas Kota Batu).” *Managemen and Bussiness Riview (MBR)*, 5(2), 1–10.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474.
- Pirouz, D. (2004). The Neuroscience of Consumer Decision-Making. *MPRA (Munich Personal RePEc Archive)*, 2181, 36.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat beli ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang). *Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–17.
- Pratama, D. (2023). *Mengapa Mie Ramen Jepang Begitu Terkenal di Seluruh Dunia*.
- Purwanto, E., & Wibisono, A. (2019). Pengaruh Country of Origin, Word of Mouth, Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Minat Beli: Study Pada Kamera Digital Merek Jepang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 365–374. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.278>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Raharjo, Y. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan dalam Minat beli ulang pada restoran Bakmi GM dengan Kepuasan sebagai variable intervening. *Jurnal Mercubuana*. <https://doi.org/10.4135/9781412950589.n774>
- Rajaguguk, S. (2017). *Enam Tahap Dalam Proses Pembelian Yang Dilakukan Oleh Konsumen*. <https://subiz.com.vn/blog/enam-tahap-dalam-proses-pembelian-oleh-konsumen.html>
- Ruslan, K. (2019). *Konsumsi Mie Instan Masyarakat Indonesia Mencengangkan*. <https://www.indonesiana.id/read/29922/konsumsi-mie-instan-masyarakat-indonesia-mencengangkan>
- Santosa, Y. B. P., & Irawan, H. (2023). Sejarah Perkembangan Makanan Indonesia Dari Abad Ke 10 Hingga Masa Pendudukan Jepang. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 9(1), 113–136. <https://doi.org/10.36424/jpsb.v9i1.364>

- Saputro, A. L. G. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Mulut ke Mulut, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Bakso Presiden di Cabang Klojen, Malang)*. 4, 1–12.
- Satrio, D., Simanjuntak, M., & Affa, A. S. (2023). *Strategi dan Etika Pemasaran* (Issue October).
- Sofi, S. A., Mir, F. A., & Baba, M. M. (2020). Cognition and affect in consumer decision making: conceptualization and validation of added constructs in modified instrument. *Future Business Journal*, 6(1), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00036-7>
- Subawa, K. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 106. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29662>
- Sulastri Dewi Sri. (2022). The Effect of Service Quality on Repurchase Interest at Mie Gacoan Restaurant in Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(2), 43–51.
- Sulistyawati, N. M. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
- Untari, R., Fauzan, I. F., Sutarsih, T., Basuki, R., Utami, R. C., & Dwihapsari, N. (2021). *Statistik Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020*.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

