

DAFTAR PUSTAKA

- 4Muda, 10+ Merek Mie Instan yang Ada di Indonesia, <https://www.4muda.com/10-merek-mie-instan-yang-ada-di-indonesia/> (28 Oktober 2020).
- Agatha, Cynthia. et al. (Januari 2019). Pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado. *Jurnal EMBA*, 131-140.
- Cahyono, Firman Dwi. et al. (Agustus 2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Electronic Word-Of-Mouth (Ewom)* dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei Pada *Followers* Akun *Instagram @Saboten_Shokudo*). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 148-157.
- Cateora, Philip R dan Jhon Graham. 2007. *Pemasaran Internasional*. Alih Bahasa: Shirley Tiolina Pasaribu Edisi 13. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Dinata, Jovita S. et al. (Agustus 2015). Country Of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei Pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli *Ipad* di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 25 : 1 : 1-8.
- Edric, William. (2018). Minat Beli Mie *Samyang* Sebelum dan Sesudah *Negative Word-Of-Mouth* dan Setelah Klarifikasi Dari Perusahaan. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harrison–Walker, L. Jean. (Agustus 2001). *The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents*. *Journal of Service Research*, 4: 60–75.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Indonesia Investments, **Agama di Indonesia**. <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69?> (14 Februari 2021).

Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, **Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia**, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan_media (16 Oktober 2020).

Kementrian Perindustrian, **Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun**, <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun-> (7 Oktober 2020).

Kementrian Perindustrian, **Industri Makanan dan Minuman Siap Jalani Tatanan New Normal** <https://kemenperin.go.id/artikel/21737/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Siap-Jalani-Tatanan-New-Normal> (7 Oktober 2020).

Korea iyaa, **Sertifikat Halal Mie Samyang**. <http://korea.iyaa.com/article/2016/11/sudah-dapat-sertifikat-halal-produk-samyang-kembali-diragukan-3550953.html> (16 Oktober 2020).

Kotler, et al. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.

Kumparan Bisnis, **Mengenal Samyang Foods, Produsen Mi Samyang Asal Korea Selatan**, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/mengenal-samyang-foods-produsen-mi-samyang-asal-korea-selatan/full> (15 Oktober 2020).

Kumparan Bisnis, **Mie Samyang Resmi Kantongi Sertifikat Halal LPPOM MUI**, <https://kumparan.com/swaonline/mie-samyang-resmi-kantongi-sertifikat-halal-lppom-mui-1540309185825958282/full> (20 Oktober 2020).

Kumparan News, **Label Halal Korea di Mi Samyang Belum Diakui di Indonesia**, <https://kumparan.com/kumparannews/label-halal-korea-di-mi-samyang-belum-diakui-di-indonesia/full> (24 September 2020).

Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.

- Laksmi, Aditya Ayu., Farah Okafani. (Juni 2017). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Minat Beli *Followers Instagram* Pada *Warunk Upnormal*. *Jurnal Computech Dan Bisnis* 11 : 1 : 1-12.
- Lamba, Bhuvan., Manav Aggarwal. (September 2014). *A Study on Influence of eWOM: Consumer Buying Behavior*. *The International Journal of Business & Management* 2 : 9 : 237-241.
- Laroche, Michel. et al. (2005). *The Influence of Country Image Structure on Consumer of Foreign Products*. *International Marketing Review* 22 : 1 : 96-115.
- Lidyawatie. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Litvin, Stephen W. et al. (Juni 2005). *Electronic Word-Of-Mouth in Hospitality and Tourism Management*. 1-31.
- Maulana, Agus. (November 1999). *Strategi Pemasaran Global*. 5 : 3: 34-37.
- Naufal, Ahmad., Devilia Sari. (Desember 2017). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* Terhadap Minat Beli *Buldalk Bokkummyeon (Samyang)* Pada Masyarakat di Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 4 : 3 : 2866-2871.
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- PT. Korinus, *A Young, Vibrant and Future Oriented Company* **PT. Korinus**, <http://korinus.com/en/sub/company/history.asp> (28 September 2020).
- Putri, Harnita., Widya Sastika. (2016). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Melalui *Twitter* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Steak* Ranjang Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora* 6 : 1 : 637-643.
- Samyang Food, https://en.wikipedia.org/wiki/Samyang_Food (28 September 2020).
- Samyang Foods, Co, Ltd, *Company Overview, We Introduce Samyang Foods Company's Business Activities, Which Are Based on a Foundation Spirit of Honesty and Integrity*, <https://www.samyangfoods.com/eng/information/company/index.do> (28 September 2020).

- Setianingsih, Wahyuni. (2016). Pengaruh *Country of Origin, Brand Image, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Oppo Smartphone* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setyaningsih, R. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi DOME di Surabaya). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti, Yunis. N. S. (Agustus 2017). Pengaruh *Country Of Origin Terhadap Perceived Quality* dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli Kamera *Mirrorless Fujifilm Xseries* di Kota Malang). Malang: Universitas Brawijaya.
- Thurau, Thorsten Hennig et al (Desember 2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform: What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet?. Journal of Interactive Marketing*. 38 : 52.
- Tribun Timur, **Mi Samyang Mengandung Babi**, <https://makassar.tribunnews.com/2017/06/18/mie-samyang-mengandung-babi> (25 September 2020)
- Veracious, **Makanan Samyang**, https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Samyang_Food&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search (14 Oktober 2020).
- Wardiyastuti, Devita. (2017). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image* (Studi Pada *Followers Instagram* Wedanganradjiman Sebagai Calon Konsumen). Surakarta : Institut Agama Islam Negeri.
- Wikipedia, **Profil Korea Selatan**, https://id.wikipedia.org/wiki/Korea_Selatan#:~:text=Hampir%20sebagian%20besar%20rakyat%20Korea,Kristen%20Protestan%20dan%20Katolik%20Roma. (14 Oktober 2020).

World Instan Noodles Association (WINA), Global Demand for Instan Noodles, <https://instantnoodles.org/en/noodles/market.html> (5 Oktober 2020).

Yanthi, Kadek Pratita., I Made Jatra. (2015). Pengaruh *Country of Origin, Brand Image,* dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud 4 :11 : 3852-3881.

