

DAFTAR PUSTAKA

- A, S. S. and Widyanto, M. 2018. Pengaruh Customer Based Brand Equity (CBBE) Merek Snack Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pelajar di Kabupaten Grobogan Jawa Tengah, 1(2), pp. 205–220.
- Adityawan, I. P. R. and Kusuma, A. . G. A. A. 2018a. Consumer Innovativeness Terhadap Keputusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pada Era Globalisasi Perkembangan Di Berbagai Bidang Yang Menuntut Setiap Orang Untuk Berpikir Kreatif Dan Inovatif Dalam Menghadapi Pers, *Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), pp. 1510–1538.
- Adityawan, I. P. R. and Kusuma, A. . G. A. A. 2018b. PERAN MATERIALISME MEMODERASI PERSEPSI NILAI DAN CONSUMER INNOVATIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK IPHONE DI KOTA DENPASAR), *E. Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), pp. 1510–1538.
- Andriani, N., Nurdin, A., Fitria, U., Dinen, K. A. and Kurnia, R. 2024. Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bagi Kesehatan, *Public Health*, 14(2), pp. 1–13. doi: 10.19184/ikesma.v14i2.10459.
- Anggie Annisa Permatasari, Fransisca Putri Ardita, Agista Putri Prasetya, Nurul Anggraini, Siti Marpuah and Erintya Asanti 2024. Dampak Makanan Cepat Saji Bagi Kesehatan Tubuh Pada Kalangan Remaja, *Jurnal Ventilator*, 2(2), pp. 110–120. doi: 10.59680/ventilator.v2i2.1201.
- Arianty, N. and Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), p. 897.
- Aswandi, R. 2021. *No Title Pengaruh Keamanan Pangan Kesadaran Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Labelisasi Halal (Studi pada Konsumen Restoran Cepat Saji Gunung Salju Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Brama Kumbara, V. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), pp. 604–630. doi: 10.31933/jimt.v2i5.568.
- Cantikasari, Y. and Basiya, R. 2022. Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif, *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2), pp. 33–43. doi: 10.29103/e-mabis.v23i2.857.

- Cha, S. M. and Kim, S. Y. 2023. Analysis of the factors that influence preschool children eating behavior by applying the health belief model: Seoul and Gyeonggi Province, *Nutrition Research and Practice*, 17(3), pp. 541–552. doi: 10.4162/nrp.2023.17.3.541.
- Ditasari, V. 2014. *PENGARUH MATERIALISM HAPPINESS, MATERIALISM CENTRALITY DAN MATERIALISM SUCCESS TERHADAP IMPULSIVE BUYING DAN EFEKNYA PADA COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR (Studi empiris pada mahasiswa yang berbelanja pakaian di department store di Yogyakarta)*. Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Dwinita Laksmidewi 2014. Partisipasi Pelanggan, Anteseden Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Jasa: Perspektif Service-Dominant Logic, *Jurnal Manajemen*, 11(2), pp. 22–37.
- Effertz, T., Franke, M. K. and Teichert, T. 2014. Adolescents' Assessments of Advertisements for Unhealthy Food: An Example of Warning Labels for Soft Drinks, *Journal of Consumer Policy*, 37(2), pp. 279–299. doi: 10.1007/s10603-013-9248-7.
- Efrizal, W. 2021. Perilaku Konsumsi Mie Instan Pada Remaja di Bangka Belitung Wiwin Efrizal * Dinas Kesehatan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Email: wiwinefrizal@gmail.com The Behavior of Consuming Instant Noodles in Adolescents in Bangka Belitung, *Jurnal Ilmiah STIKES Citra Delima Bangka Belitung p-ISSN: 2087-2240; e-ISSN: 2655-0792 Perilaku*, 4(2), pp. 94–100.
- Equity, B. and Produk, S. 2004. Aplikasi Teknologi Informasi 2004 Teknologi Informasi dalam Membentuk Atribut.
- Fahira, D., Putri, D. C. and Taufhan, L. S. 2024. Analisis Faktor-Faktor Penyebab Konsumsi Mie Instan Dikalangan Mahasiswa UINSU Prodi Akuntansi Syariah Tahun 2023 / 2024, 3(2).
- Faozi, I. and Handayani, S. 2019. Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, (47), pp. 44–52. Available at: <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>.
- Gaur, S. 2023. Influence of materialism on consumer buying behavior in India with special reference to luxury, *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, 12(5), pp. 95–100. doi: 10.35629/8028-120595100.
- Green, T., Griffith, J., Aruguete, M. S., Edman, J. and McCutcheon, L. E. 2014. Materialism

and the tendency to worship celebrities, *North American Journal of Psychology*, 16(1), pp. 33–42.

- Gunawan, P. A. and Kunto, Y. S. 2022. Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), pp. 48–56. doi: 10.9744/pemasaran.16.1.48-56.
- Hadi, A. S. 2019. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Pasta Gigi, *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(1), pp. 53–63.
- Hariyana, N. 2022. Perilaku Pembelian: Peran Kepercayaan Sebagai Efek Moderasi, *PROSENAMA: Prosiding Seminar ...*, 2(November), pp. 155–164. Available at: <http://prosenama.upnjatim.ac.id/index.php/prosenama/article/view/36%0Ahttp://prosenama.upnjatim.ac.id/index.php/prosenama/article/download/36/37>.
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M. and Abs, M. K. 2016. Prodi manajemen, pp. 82–94.
- Hermawan, H. P. 2020. *Pengaruh Materialisme, Prestise dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boss'A Bistro & Cafe Tegal*.
- Ikhsantoro, E. and Mujiasih, E. 2023. Hubungan Antara Materialisme Dengan Membeli Fashion Secara Kompulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, *Jurnal EMPATI*, 12(4), pp. 282–289. doi: 10.14710/empati.2023.28292.
- Ilmu, D., Bisnis, A. and Padjadjaran, U. 2022. Kata kunci : co-branding , customer-based brand equity , Indomie , The Goods Dept, 7(2), pp. 121–132.
- Jasmalinda 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman., *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), pp. 2199–2205.
- Julianto, Michelle, C., Wahyudi, P. and Sahputra, R. D. 2023. Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo di Kota Palembang, *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 1(2), pp. 1–10.
- Kadek, N., Wandasari, R. D., Wayan, N., Mitariani, E. and Imbayani, G. A. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Instan Merek Sedaap di Kota Denpasar, *Values*, 1(3), pp. 73–85.
- Katmawanti, S. and Ulfah, N. H. 2019. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mi Instant Pada Mahasiswa, *Jurnal Kesehatan Universitas Negeri Malang*, 1(2), pp. 1–14. Available at: <http://dx.doi.org/10.17977/um044v1i2p229-242>.

- Koay, K. Y., Cheung, M. L., Soh, P. C. H. and Teoh, C. W. 2022. Social media influencer marketing: the moderating role of materialism, *European Business Review*, 34(2), pp. 224–243. doi: 10.1108/EBR-02-2021-0032.
- Laksono, R. A., Mukti, N. D. and Nurhamidah, D. 2022. Dampak Makanan Cepat Saji Terhadap Kesehatan pada Mahasiswa Program Studi ‘X’ Perguruan Tinggi ‘Y’, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 14(1), pp. 35–39. doi: 10.52022/jikm.v14i1.282.
- Laras, G. M. D. and Firmanyah, E. 2019. Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Konsumen : Kasus Pada Produk Mie Instan, *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(2), p. 131. doi: 10.20527/jwm.v6i2.148.
- Li, L., Sun, N., Zhang, L., Xu, G., Liu, J., Hu, J., *et al.* 2020. Fast food consumption among young adolescents aged 12–15 years in 54 low- and middle-income countries, *Global Health Action*. Taylor & Francis, 13(1). doi: 10.1080/16549716.2020.1795438.
- Lisa, H., Chairhany, S., Napratilora, M., Syahid, A. and Ilyas, M. 2020. pembelian (studi kasus Coffee Toffee Surabaya), 10(1), pp. 1–18. doi: 10.14414/jbb.v10i1.1862.
- Lismanizar, A., Utami, S., Manajemen, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., *et al.* 2018. Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kfc Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), pp. 85–95. Available at: <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/7136>.
- Lou, C. and Kim, H. K. 2019. Fancying the New Rich and Famous? Explicating the Roles of Influencer Content, Credibility, and Parental Mediation in Adolescents’ Parasocial Relationship, Materialism, and Purchase Intentions, *Frontiers in Psychology*, 10(November), pp. 1–17. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02567.
- Maison, D. and Adamczyk, D. 2020. The relations between materialism, consumer decisions and advertising perception, *Procedia Computer Science*. Elsevier B.V., 176, pp. 2526–2535. doi: 10.1016/j.procs.2020.09.320.
- Marliyana, M. and Suharti, S. 2023. Health Belief Mahasiswa yang Mengkonsumsi Mie Instan, *Jurnal Wacana Kesehatan*, 8(2), p. 83. doi: 10.52822/jwk.v8i2.533.
- Megananda, F. and Sanaji, S. 2021. Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Rtd (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus U Nesa Ketintang (Case: Coca=Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar), *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), pp. 1613–1622. doi:

10.26740/jim.v9n4.p1613-1622.

- Na'im, A., Kusnandar and Adi, R. K. 2020. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mie instan merek indomie di kalangan mahasiswa universitas sebelas maret, *Agrista*, Vol. 8(No. 3), pp. 169–181. Available at: <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/download/50782/31379>.
- Novitarus, L., Sigalingging, V. Y. S. and Tridela, M. S. 2024. Hubungan Konsumsi Mie Instan Dengan Status Gizi Mahasiswa Yang Tinggal di Asrama, *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), pp. 3211–3224. Available at: <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8112%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/8112/5586>.
- Prabowo, T. 2021. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah di Pasar Induk Cibitung Bekasi, *Parameter*, 6(2), pp. 108–116. doi: 10.37751/parameter.v6i2.180.
- Pradipta, D., Kadarisman and Sunarti, H. 2016. Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013, *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*), (*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*), 34(1), pp. 141–150.
- Pratiwi, F. I., Ulvie, Y. N. S., Handarsari, E. and Susantini, P. 2021. Konsumsi Mie Instan dan Status Gizi Remaja di Desa Kalongan Ungaran Timur Kabupaten Semarang, *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, pp. 1400–1407.
- Prihartono, P. 2021. Determination of Purchase Decision: Product Quality, Price and Place (Literature Review), *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(3), pp. 357–365. doi: 10.38035/dijefa.v2i3.1365.
- Qoryama, M. U. 2017. *Hubungan Antara Materialisme Dan Perilaku compulsive Buying, Hubungan Antara Materialisme Dan Perilaku Compuulsive Buying*. Available at: <http://lib.unnes.ac.id/29946/>.
- Rachmah, S. M. 2022. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo, *International Journal of Social and Management Studies (IJOSMAS)*, 3(4), pp. 82–88. Available at: <http://www.ijosmas.org>.
- Rahmi Meutia and Ivan Aulia 2020. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pusat Jajanan Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), pp. 366–376. doi: 10.33059/jmk.v8i3.2375.
- Ramadayanti, F. 2019. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk, *Jsmb*, 6(2), pp. 78–83. Available at:

<http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>.

- Regi, A. L., Rimadiaz, S. and Sufina, L. 2023. Peran Customer-Based Brand Equity Terhadap Peningkatan Customer Satisfaction Dan Brand Loyalty Pada Djurnal Coffee, 3(1), pp. 75–85.
- Sari, S. P. 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), p. 147. doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- Sulastri and Pelinda Puspasari 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(1), pp. 104–112. doi: 10.56127/jaman.v2i1.217.
- Sulistyowati, R. and Rum, M. 2021. Strategi Pemasaran dengan Perspektif Dominant Logic pada Agrotawon Wisata Petik Madu Lawang Malang, *Agriscience*, 2(2), pp. 381–396. doi: 10.21107/agriscience.v2i2.11677.
- Syaifulloh, M. and Iriani, S. S. 2013. Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Interactive marketing terhadap Niat Beli Quakers Oats, *Jurnal Ilmu Manajemen* |, 1(4), pp. 1165–1175. Available at: www.sayangijantungmu.com.
- Syamsurizal and Ernawati Sri 2020. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima, *Jurnal Brand*, Volume 2 N(Brand Image), pp. 1–7.
- Tarka, P. 2020. Influence of Materialism on Compulsive Buying Behavior: General Similarities and Differences Related to Studies on Young Adult Consumers in Poland and US, *Journal of International Consumer Marketing*. Routledge, 32(3), pp. 243–267. doi: 10.1080/08961530.2019.1695240.
- Thayyib, P. V., Anwar, I., M. M, S., Yasin, N. and Thabit Yahya, A. 2024. Brand expertise, impulsiveness and materialism aggravate unhealthy food products buying among young adults despite pricing and sin tax interventions, *Cogent Business and Management*. Cogent, 11(1), p. doi: 10.1080/23311975.2023.2296147.
- Utami, V., Prabandari, Y. S. and Susetyowati, S. 2017. Determinan konsumsi mie instan pada mahasiswa Universitas Sriwijaya, *Berita Kedokteran Masyarakat*, 33(3), p. 153. doi: 10.22146/bkm.13036.
- Vidyanata, D. 2019. Peran Brand Credibility sebagai Mediasi Pengaruh Strategi Celebrity Endorsement terhadap Brand Equaity, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 12(21), pp. 62–84. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=PT%0Ahttp://eur->

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52012PC0011:pt:NOT.

Widyaningrum, P. W. 2016. Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo), *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 4(2), pp. 83–98.

Zaezatun, A. and Rimiati, H. 2022. Pengaruh Gaya Hidup, Etnosentrisme Konsumen, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli, *Proceedings Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1), pp. 123–131. doi: 10.18196/umygrace.v2i1.428.

Zahra, A. H., Ramadhani, N. H. and Nahdah, R. 'Aisy 2023. Faktor dan pengaruh konsumsi mie instan pada mahasiswa, 2(3), p. 184.

