

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu. (2012). Wow! Bandung Masuk 5 Besar Kota Kreatif se-Asia. (Online) available at: <http://news.detik.com/jawabarat/1851557/wow-bandung-masuk-5-besar-kota-kreatif-se-asia> [diakses pada 28 Desember 2016].
- Cahya, F.N, Cholifah, & Bramastyo. (2012). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Berbasis Android (Studi Kasus di Perumahan Bumi Candi Asri Sidoarjo)*. Jurnal pada Universitas Bhayangkara, Surabaya: tidak diterbitkan.
- Gunawan, C. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Original Jersey Persib Bandung*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: tidak diterbitkan.
- Hafizh, M.R.R, & Wulandari, A. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio Cabang Ciwastra*. Tugas Akhir pada Universitas Telkom Bandung: tidak diterbitkan.
- Ismajli, A., Kajtazi, S., & Fejza, E. (2013). *The Impact of Promotional Activities on Purchase Decision Making: "A Case Study of Brand Bonita and Rugove – Water Bottled Producers"*, 9, 31. European Scientific Journal.
- Kemitraan. (2014). Warunk Upnormal, *Pelopor Indomie Kekinian* (online). <http://www.warunkupnormal.com/> [diakses pada 30 Januari 2017].
- Khanfar, I.A. (2016). *The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa city- Jordan*, 8, 5. European Journal of Business and Management.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Inggris: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Inggris: Pearson Education Limited.
- Maulana, A.M. (2015). *Realisasi Industri Makanan dan Minuman Meningkatkan*. (Online). <http://bandung.bisnis.com/read/20150409/8/531140/realisasi-industri-makanan-minuman-meningkat>. [diakses pada 28 Desember 2016].
- Nandonurhadi. (2014). Warung Upnormal: Usaha Mengangkat Kasta Indomie dan Warung Kopi (Online). <https://nandonurhadi.wordpress.com/2014/07/02/warung-upnormal-usaha-mengangkat-kasta-indomie-dan-warung-kopi/> [diakses pada 13 Desember 2016].
- Napitupulu, P.A., & Widodo, A. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi PT. Telkom Area Bandung terhadap proses Keputusan Pembelian Produk Indihome*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: tidak diterbitkan.
- Nguyen, N., Phan, T.T.H., & Vu, P.A. (2015). *The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam*, 10, 10. Dipublikasikan oleh Canadian Center of Science and Education.
- Nour, M., & Almahirah, M.S. (2014). *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*, 8, 2. CSCanada International Business and Management.
- Parlina, L., & Mardawati, P.N. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap proses Keputusan Pembelian pada Kedai Ice Cream Lick Over Lips (LOL) Bandung*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: tidak diterbitkan.
- Ramdani, R., & Oktafani, F. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda di Kota Bandung*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Risman, V.P. (2010). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam (PERSERO) di Kota Padang*. Tugas Akhir pada Universitas Negeri Padang: tidak diterbitkan.

Sari, N.P.W, & Ardani, I.G. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minyak Oles Bokashi*, 4, 5. E-Jurnal Manajemen Unud.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Windusara, D.B, & Kusuma, A. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone*, 4, 12. E-Jurnal Manajemen Unud.

# LAMPIRAN