

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J.A. (2016). *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions. Journal of Studies in Management and Planing (JSMaP)*. Vol.02 (No.1). E-ISSN: 2395-0463. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://pen2print.org/index.php/jsmap/article/download/3813/3646> .
- Ayu, Restu. (2014). *Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rangkas Bandung*. Skripsi. Jurusan Ilmu Adminitrasi Bisnis Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.
- Azeem, Saba & Sharma, R.K.K. (2015). *Elements of The Retail Marketing Mix: A Study of Different Retail Formats in India. The Business & Management Review, International Conference on Issues in Emerging Eccoomies (ICIEE)*. Vol.5 (No.4). Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari http://www.abrmmr.com/myfile/conference_proceedings/Con_Pro_16615/2015iciee_india11.pdf .
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, (2016). *Jumlah Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif menurut Wilayah dan Subsektor Ekraf*. Diperoleh tanggal 10 Desember 2018, dari <http://data.bekraf.go.id/index.php?r=site%2Findex> .
- Brodo, (2018). *Website Brodo*. Diperoleh tanggal 15 November 2018, dari <http://bro.do/id/> .
- Chatrinicky, Regina. (2018). *Strategi Promosi Bandung Kunafe Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Jurusan Adminitrasi Bisnis Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.
- Fauzi, Achmad. & Ambarwati, Dewi. (2017). *Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Sarikat Jaya Gresik)*. Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB). Vol.47 (No.2). Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://media.neliti.com/media/publications/88009-ID-pengaruh-bauran-eceran-terhadap-keputusa.pdf> .
- Gunawan, F.A. (2018). *Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Chingu Korean Fan Café Bandung)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Pemasaran

Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.

Hanaysha, J.R. (2018). *An Examination of The Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in The Malaysian Retail Market*. PSU Research Review, Emerald Publishing Limited. Vol.2 (No.1). Hal.7-24. ISSN: 2399-1747. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/PRR-08-2017-0034> .

Indrawati, (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Aditama

Iyad, A.K. (2016). *The Effect of Promotion Mix Elements on Consumer Buying Decisions of mobile service: The Case of Umniah Telecommunication Company at Zarga City Jordan*. *European Journal of Business and Management*. Vol.8 (No.5). ISSN: 2222-2839. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/viewFile/28666/29428>

Karwur, Ericha. (2016). *Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Paniki*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol.16 (No.03). Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari [file:///Users/iyogasudharma/Documents/KULIAH/SKRIPSI/SKRIPSI/13187-26325-1-SM%20\(1\).pdf](file:///Users/iyogasudharma/Documents/KULIAH/SKRIPSI/SKRIPSI/13187-26325-1-SM%20(1).pdf)

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13.Jilid 1). Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2017). *Principle of Marketing (17th Edition)*. United Kingdom : Pearson Education Limited.

Levy, M., Weitz, A.B., & Grewal, D. (2015). *Retailing Management (9th Edition)*. New York : McGraw-Hill.

Mandala, Kastawan. & Hermawan, Adam. (2018). *Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Foodmart Primo Lippo Mall Kuta*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.7 (No.2), Hal. 785-815. ISSN : 2302-8912. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/35353> .

- Nurbiyanto, Suharyono, Kumadji, (2013). *Pengaruh Bauran Ritel (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian pada Griya Batik MX Mall Malang*. Diperoleh tanggal 10 Desember 2018, dari <https://media.neliti.com/media/publications/73023-ID-pengaruh-bauran-ritel-retailing-mix-terh.pdf> .
- Putera,A.D (2018, 1 Agustus). *Bekraf : Kontribusi Ekonomi Kreatif ke PDB 2018 Lebih dari Rp 1.000 Triliun*. Kompas [online]. Diperoleh tanggal 10 Desember 2018, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/01/170900726/bekraf--kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-2018-lebih-dari-rp-1.000-triliun> .
- Sagala, C., dkk (2014). *Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision Toward Fast Food Sector: A Survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia*. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*. Vol.4 (No.1). ISSN: 2250-3153. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari https://www.researchgate.net/publication/323308938_Influence_of_Promotional_Mix_and_Price_on_Customer_Buying_Decision_toward_Fast_Food_sector_A_survey_on_University_Students_in_Jabodetabek_Jakarta_Bogor_Depok_Tangerang_BekasiIndonesia .
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syakuro, Abdan. (2013). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Minimarket SBmart Komplek Perumahan Pesona Bali Residence Bojongsoang, Kabupaten Bandung)*. Skripsi. Jurusan Ilmu Adminitrasi Bisnis Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.
- Tampubolon, D.C.N. (2018). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Same Day Service Pada PT.Citra Van Titipan atau TIKI di Kota Bandung*. Skripsi. Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.
- Walukow, A.L.P., Mananeke, L., Sepang, J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa*. *Junal EMBA*. Vol.2 (No.03). Hal. 1737-1749. ISSN: 2303-1174. Diperoleh tanggal 28 Januari 2019, dari <https://media.neliti.com/media/publications/2337-ID->

pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-dan-lokasi-terhadap-keputusan-pembelian-k.pdf

Widodo, (2017). *Metodologi Penelitian , Populer, & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.