

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Abdullah Ma'aruf. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Aswanda Pressindo, Yogyakarta.
- Abimbola Samuel. 2015. Pengaruh Citra Merek, Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *British Journal of Marketing Studies*, Vol.3, No.4.
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, CAPS, Yogyakarta.
- Alma Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Archi Ruslim. 2015. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.3.
- Baruna Hadi Brata. 2017. Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Vol.2, No.4.
- Danang Sunyoto, Wika Harisa Putri. 2017. *Manajemen Risiko dan Asuransi*, CAPS.
- Dika Haryadi. 2015. Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian di IT dan Manajemen (IJRIM)*.
- Fitra Ramdani, 2015, Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.2.
- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2014. *Marketing Fourth Edition*, The McGraw-Hill, New York.
- Ghufron Efendi. 2013. Pengaruh Citra Merek, Iklan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Supermi.
- Haider, Tafsira. 2017. Pengaruh Iklan Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Internasional Penelitian IT dan Manajemen*, Vol.7, Edisi.3.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta, Bandung
- <http://eprints.ums.ac.id/45602/40/BAB%20Inw.pdf>. Data Laporan Market Share Sarimi dan Top Brand Sarimi Tahun 2014, diakses tanggal 18 Juni 2018.

<http://instantnoodles.org/pdf/2015en.pdf>. Permintaan Mie Instan di Dunia Tahun 2015, diakses 18 September 2018.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/01/30/indofood-kuasai-71-pasar-mi-instan-indonesia>. Diagram Mengkosumsi Sarimi, diakses 18 September 2018.

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8920/Bab%201.pdf?sequence=10>. Ranking Penjualan Mie InstanSupermarket X di Kota Bandung, diakses 18 September 2018.

Jefkins. Fajar. 2012. Periklanan, Gramedia, Jakarta.

Junaedi, Fajar. 2013. Jurnalisme Penyiaran Dan Reportase Televisi, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajement*, 15th edition, Pearson Education Limited, New York.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2014. Principle Of Marketing, 15th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Marwanto, Aris. 2015. Marketing Sukses, Kobis, Yogyakarta.

Mahsa Familmaleki. 2015. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Vol.2, No.4.

Mega Setiawati. 2017. Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Managemen Bisnis, Vol.1, No.1.

Ni Putu Wistya Sari. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Managemen Unud, Vol.4, No.5

Niki Puwosembodo. 2015. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal ILMIAH Managemen, Vol.2, No.2.

Rambat Lupiyoadi. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat, Jakarta

Putri Liani. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. Vol.5, No.1

Prateek Maheswari. 2015. *Advertisement Effectiveness for Print Media: A Conceptual Model*. Jurnal Internasional Ekonomi dan Teknik Managemen, Vol.9, N0.2.

Pricilia Natalia. 2014. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol.2 No.2.

Pride, W dan Ferrel, C. 2013. *Marketing*, Sourt Western International Edition, Canada

Sapre dalam Usman. 2013. *Managemen*, Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D*, CV . Alfabeta, Bandung.

Suparyanto dan Rosad. 2015. *Managemen Pemasaran*. In Media, Bogor.

Terry, George R. 2013. *Principles of Management” .5th Edition*, Pearson New York, Alih Bahasa: Affifuddin, Salemba Empat, Jakarta.

Undang-Undang Merk No 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1. <http://www.gmf-aeroasia.co.id/wp-content/uploads/bsk>. Diakses tanggal 15 Mei 2018

Verbrina Putri. 2014. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.2, No.1.

www.google.com/search?q=market+share+sarimi+2014&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab. “Data Laporan Market Share Mie Instan hingga tahun 2014, diakses tanggal 20 Juni 2018

^^