

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion*. New York: McGraw Hill-Education.
- Boone, & Kurtz. (2010). *Contemporary Marketing*. Mason: South-Western Cengage learning.
- Dwiastuti, R., & Shinta, A. (2012). *ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Elektronik pertama.
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2017). *Marketing*. New York: McGraw Hill-Education.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. British Library.
- Lake, L. (2009). *Consumer Behaviour fo dummies*. Indianapolis: Wiley.
- Mothersbaugh, H. (2016). *Consumer Behavior*. New York: McGrew-Hill Education.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2009). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill.
- Rangkuti, F. (2018). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2012). *Consumer Behaviour*. Atlantic: Trans-Atlantic.
- Solomon, M. (2017). *Consumer Behavior*. England: British Library.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.CV.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi.

Jurnal:

Inoni, O. R. (2017). Impact of Product Attributes and Advertisement on Consumer Buying Behaviour of Instant Noodles. *Journal of Varna*.

Nugroho, I. B. (2016). Pengaruh Iklan Media Sosial Twitter Nasi Goreng Mafia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Science*.

Perkasa, D. H., & Wakhid, M. A. (2017). Pengaruh Atribut Produk dan Pengetahuan Konsumen tentang Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian di KFC (Studi Kasus Pada Pengunjung KFC Daan Mogot). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.

Sudrajad , A. B., & Andriani, D. R. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram di Perusahaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur. *Habitat*, 71-79

Wahida, N., & Mochamad Trenggana, A. F. (2017). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Produk Bakmi Mewah). *Bisnis dan Iptek*, 160-169.

Wiyono, R., & Rachmi, A. (2016). Pengaruh Media Iklan dan Atribut Produk Krecek Rambak Sapi Terhadap Keputusan Pembelian di UD Farid Jaya Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.

Website:

Ardan. <https://murahgrosir.com/awas-mie-samyang-halal-edition-telah-banyak-beredar-di-pasaran/>. Diakses tanggal 3 Januari 2019

Aron, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3535916/harganya-mahal-peredaran-mie-samyang-cs-di-ri-terbatas>. Diakses tanggal 3 Januari 2019

Fundrika, <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/928501-importir-mi-samyang-siap-tempuh-jalur-hukum>. Diakses tanggal 3 Januari 2019

Pegi. <https://pergikuliner.com/blog/asal-usul-sejarah-mie-yang-perlu-kamu-ketahui>. Diakses tanggal 3 Januari 2019

Purba. https://megapolitan.kompas.com/read/2017/06/21/15452521/tak.semua.sam.yang.yang.beredar.di.indonesia.mengandung.babi_ Diakses tanggal 3 Januari 2019