

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2012). *Manajemen Pemasaran*, Depok, PT. Rajagrafindo Persada.
- Abdurahman, Nana Herdiana (2015). *Manajemen Strategi Pemasran*, Bandung, CV Pustaka Setia.
- Daryanto (2012). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hasan, Ali (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta, CAPS.
- Kotler, Philip (2010). *Kotler on Marketing*. Terj. Agus Maulana, Tangerang, Karisma.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2014). *Principles of Marketing*. London, Pearson Education Limited.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J (2013). *Perilaku Konsumen*, Cetakan kelima, Jakarta, PT. Kharisma Putra Utama.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, Jakarta, Lentera Ilmu Cendikia.
- Sunyoto, Danang (2013). *Dasar Dasar Pemasaran*, Yogyakarta, CAPS.

Sunyoto, Danang (2015). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, CAPS.

Sunyoto, Danang (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, Yogyakarta, CAPS.

Wahdi, Mohammad (2011). *Riset Pemasaran (Teori dan Aplikasi untuk Pengambilan Keputusan)*, Yogyakarta, CAPS.

TUGAS AKHIR

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STEAK RANJANG BANDUNG (STUDI KASUS PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI BANDUNG TAHUN 2016) AYINDA FAJRIANI

Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Peserta Kickfest Bandung Tahun 2013(Survey pada Followers Twitter Distro Arena Experience, Horror Jokes, Linoleum, Omunium, dan Riotic) Muhammad Apriansyah Putra

Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Reman (Survei pada Followers Akun Twitter Mie Reman Sekaligus sebagai Konsumen Mie Reman) Yulia Ratnasari

Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth Marketing (Studi pada Konsumen Produk Garskin Mere SayHello di Kota Yogyakarta) Singgih Nurgiyantoro

DAFTAR JURNAL

- Ayendho, Alvhideaz (2014). ***Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Motor Matic Merek Yamaha di Kota Bandung Tahun 2014)***, Bandung, Telkom University.
- Bukhari, Ansari (2013). “Industri Kreatif Punya Potensi Besar Menopang Ekonomi Nasional.” ***Kina Media Ekuitas Produk Indonesia***. Edisi 3 2011, hal. 4 – 6.
- Fasubhi, Prasasti Aksari (2014). ***Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Universitas Telkom***, Bandung, Telkom University.
- Faizah, Siti Lazza (2013). ***Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Di Wilayah Kuningan Barat Jakarta Selatan Periode Oktober-Maret 2013)***, Bandung, Telkom University.
- Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017). Contribution of Environment Online Store for Purchase Decision (A Case Study Online Store Hypermart—Bandung). *Advanced Science Letters*, 23(1), 292-294.
- Hidayat, R. (2016). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY). *ECODEMICA*, 3(1), 305-310.
- Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2014). The Role of Training and Promotion to Increase The 3rd Party Funds Indonesian Islamic Banking. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 8(1).

WEBSITE

www.ypt.or.id
www.btp.or.id
www.liquidity.stead.ac.id
www.techinasia.com
www.eMarketer.com