

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, J. C, Shimp, T. A. (2017). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications*, United States of America: Cengage Learning
- Belisa, N Romyeni, (2018) Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Merchant Lokal Pekanbaru *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1 - April
- Felita, Patricia Oktivera, Elsie (2019) Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulse Buying Konsumen Studi Kasus: Impulse Buying pada mahasiswa STIKS Tarakanita *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Trakanita* Vol. 4 No.2
- Firmansyah, M. Anang. (2020) *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media
- Konsumsi Mi Instan Indonesia Tumbuh 4,98% pada 2021
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/07/konsumsi-mi-instan-indonesia-tumbuh-498-pada-2021> (diakses pada 16 Oktober 2022 pukul 15:00 WIB)
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- McQuail, D. (2011) *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Novia, Anet Erni Madiawati, Putu Nina (2019) Pengaruh Kualitas Produk dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Coffee Shop Terfavorit Di Kota Bandung *e-Proceeding of Management* Vol.6, No.1 April
- Kotler, Philip dan Keller, K., L. (2016) *Marketing Management*. Pearson Education Limited
- Sholihat, Apriwati (2018) Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1 - April
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wirakanda, Gugum Gumilang Pardosi, dan Apriyanti S. (2020) “Pengaruh sales promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di blibli.com)” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Volume 10, Nomor 1, Maret