**DAFTAR PUSTAKA**

Abdurrahman, Nana Herdiana (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Cetakan I. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku di Indomart. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. 7. 2. Online. (https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/30172). ISSN 2337 -6078

Alma, Buchari (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Keduabelas. Bandung : Alfabeta.

Cahyani, Wiwik, and Raya Sulistyowati, (2021), "Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya)." Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 9.1: 1055-1061.

Diansari, Agustin Ayu Rizki Dan Setio Budiadi (2017) “Pengaruh Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan KonsumenMenabungBritama Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK. Cabang Sidoarjo”.

Ernawati, Reni dan DKK, (2021). “AnanlisisPengaruhPromosi, Harga Dan Citra MerekTerhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta”. Business Management Analysis Journal (BMAJ) 4 No.2.

Ghozali Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25

Hadinata, Willy, et al, (2023). "The Effect Of Personal Selling, Sales Promotion and Product Quality OnThe Purchase Decision Of Yuasa Brand Motor Battery At PT Adidaya Karya Indotama Medan." Jurnal Ekonomi 12.01: 1180-1183.

K, Intan dan ketutMartana, (2017). “Personal Selling Terhadap Keputusan PmbelianProduk Es Batu Pada PT. Agronesia Divisi Industri Es Saripetojo Bandung” Jurnal Komunikasi VIII Nomor 2.

Keller, & Kotler. (2016). Marketing Management (Vol.15). Harlow: Pearson Education Limited.

Khairunissa, K., dkk. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Binus University Yang Menggunakan Jasa Go-Jek Di Jakarta). Jurnal Administrasi Bisnis. 46. 2. Online. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1807>)

Kohir, Tatang Rohayana, (2018). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Personal Selling Dan DistribusiFisikTerhadapKepuasanPelanggan Pada Jasa.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). A framework for marketing management, sixth edition, global edition. New York City: Pearson Education.

Kotler. (2019). Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Mandey, Jilly Bernadette, (2013). “Promosi, Distribusi, Harga PengaruhnyaTerhadap Keputusan PembelianRokok Surya Promild” Jurnal EMBA 1 No.4, hal 95-104.

Murdalis, Ahmad (2015), Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Jakarta: Bumi Aksara.PenerbitYudhistiraTasikmalaya”. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Bussines 1, No. 3.

Priansa, D.J. (2017). Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. Bandung: CV Pustaka Setia

Rozi, M Fahru. (2016). “Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Menjadi Donator Yatim Mandiri (Studi Kasus Pada Yatim Mandiri Cabang Kediri).” SkripsiSekolah Tinggi Agama Islam Negeri Stain Kendiri.

Sangadji, E.M. & Sopiah, MM. (2016). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Soeswoyo, Dina Mayasari, and Choiri Amalia. (2023). "The Influence of Advertising, Sales Promotion and Personal Selling Toward Purchasing Decision to Hotel Stay in East Java." East Asian Journal of Multidisciplinary Research 2.3: 1005-1018.

Stokes, Rob. 2013. E-Marketing: The essential guide to marketing in adigital world, Fifth Edition. Quirk Education Pty.

Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan Ke-26. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014). Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono.(2017). Metode Penelitian & Pengembangan Researchand Development Bandung: Alfabeta.

Sukma, Rizka Diah Melati, (2017). “Prosedur Pendistribusian Barang Milik Ajinomoto Sales Indonesia Pada PT. Ajinomoto Indonesia.” Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Syahfruddin, (2018). Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I, Yogyakarta: Balai Penerbit Fakultas Ekonomi– Universitas Gajah Mada.

Tasbikhi, Muhammad, ((2020). “Pengaruh Keputusan Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Perusahnaan Mondi Mabel Jepara.” Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Tjiptono, Fandy (2014). Strategi Pemasaran. Edisi II. Cetakan Kesatu. Yogyakarta: ANDI.

Uma, S., Roger, B., (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Widanto, Marteen Christian, (2022).“Pengaruh Personal Selling Dan SaluranDistribusiTerhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Tanjung Emas Semarang)”. Skripsi Universitas Katolik Soegija pranata Semarang.

Wirakanda, Gugum Gumilang, and Apriyanti Pardosi, (2020)."Pengaruh Sales Promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Blibli. com)." Pro Mark 10.1.

Wiratna Sujarweni (2014). Metodologi Penelitian, Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami Jakarta: Pacu Buana.

Yanto, Rachmat Tri Yuli, dan Adesotya Lintang Prili Prabowo. (2020). “Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi Di Bank Btn Syariah Bandung.” Jurnal Bisnis dan Pemasaran 10, Nomor1.

Zebua, Indah Sri Utami Dan Rahmi Syahriza, (2022). “Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Produk Asuransi Jiwa Syariah (StudiKasus Pada PT. Sunlife Financial Cabang Medan)”. JurnalManajemenAkuntansi (JUMSI) 2.No. 2 Page 155-160.