

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali Hasan. (2013). *Marketing* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Andayani, L. (2018). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Melalui Faktor Budaya Di Kabupaten Lahat. *Ilmu Manajemen*, 8(1), 33–44. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i1.1645>
- Basu Swasta. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.: Liberty.
- Bhaskara, S. U. (2018). Customer Relationship Management Dan Persona Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Virgo Ekspres Tours & Travel Manado. *Jurnal EMBA Vol. 02 No.14. Jurusan Manajemen.*, 02(14).
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Conlon, C.T., and Mortimer, J. . (2015). *Demand estimation under incomplete product availability*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* ((Edisi 8)). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jennitarigan, Kasihanihalawa, sadarniwanigulo. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Usaha Sibolang Durian. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1).
- Joni Putra Apriando, Harry Soesanto, F. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVIII(2), 166–183.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 45–58.
- Nainggolan, N. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Nu Green Tea Di Kota Batam. *Profita. Akunatnsi Dan Manajemen*, 1(1), 32–42. Retrieved from <https://jurnal-adaikepri.or.id/index.php/PROFITA/article/view/6>
- Pride, F. W. (2015). *Marketing*. Western: Cengage Learning.
- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J. F. ., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2428–2437. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21012>
- Reni Ernawati, Anastasia Bernadin Dwi, J. G. A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–2018. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Rini Astuti, M. A. H. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6719>
- Rumbiati. (2021). Personal Selling dan Sales Promotion dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Sekayu. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis. JAMB*, 1(2), 118–127.
- Setyobudi, D. dan I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Simamora, H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Situngkir, M. B., & , Yekti Intyas Rahayu, Z. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*, 1(1), 174–183.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono., F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CV Andi.
- Wardani, Dharu Kusuma, P. D. P. dan Maria M. M. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Ntronik Lintas Nusantara Semarang). *Journal of Management Universitas Pandanaran*, 02(02).
- Yasin, R. A. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ma BruschettiA. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5), 1–9.