

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Azzahri. (2019). Penerapan Personal Selling dan Product Knowledge Tenaga Penjual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimanfaat. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(2).
- Banjarnahor, I., & Waloejo, H. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12(2), 33–39. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Creswell, J.W. (2020). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Memilih di antara Lima Pendekatan*. Terjemahan Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dedy, A., Wulandari, S., Mubarak, A., Noor, C. M., & Sukajie, B. (2023). Personal Selling, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 114-122. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Ernawati, Dian. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*. Vol 7, No, 1.
- Firmansyah, A., Sari, N. R., Rusyadi, R., & Supriyadi, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Personal Selling, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics di Bravo Tulungagung. *Jurnal Ekonomi dan Studi Kebijakan*, 4(2), 33-39.
- Fraenkel, Jack., Wallen R, Dan Hyun. (2011). *How To Design And Evaluate Research In Education 8th Edition*. Bonton: Megraw-Hill Higher Education
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (edisi sembilan) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goeliling, A., Devi, N. N., Goeliling, A., Sahabuddin, R., Arimbawa, A. P., Rahman, F. A., & Muhammad, A. F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*. 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2021). *Cornerstones of Cost Management (5th ed.)*. Cengage Learning.

- Hardiawan Cahya, Anandya. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Universitas Diponegoro Semarang.
- Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 163. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>
- Ismi, N., Iriani, & Syafrizal. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Ms Glow. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 8(01), 16–20. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRMB> 80 81
- Julitawaty, W., Willy, F., Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal bisni Kolega*, 5(1), 43-56.
- Kasmir. 2021. *Customer Service Excellent, teori dan praktek*. Depok: Kharisma Putra Utama Offset.
- Khoerul .(2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen produk kosmetik pixy cosmetic di Kota Banjar. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 9(2)
- Kosim, S. A. (2019). Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Laptop pada Konsumen. *Jurnal Representamen*, 5(02), 96–100. <https://doi.org/10.30996/representamen.v5i02.2944>
- Kotler, P., Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Edisi 15, Boston: Pearson.
- Kotler & Armstrong (2019:159-172). *Faktor-Faktor Komunikasi Pemasaran*. Kencana. Jakarta.
- Kuspriyono, T. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk di Di YouTube Melalui Subscriber Tertinggi dan Kualitas Tayangan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. 19(2), 165-172
- Ma`ruf (2020). Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Situs Jual Beli Shopee Ditinjau Dari Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Mahasiswa Uniba Surakarta Adinda. *Edunomika*, 04(01), 227–235.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
- Miranty, Sofia, S., & Rahayu, A. (2023). Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Purbasari Saga Departemen Store Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 118–135, <https://ojs.stiemkalianda.ac.id>

- Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 661–668. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>
- Mulyadi .(2020). Pengaruh Tenure Audit, Pergantian Auditor dan Ukuran Kantor Akuntan Publik Terhadap Audit Report Lag (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 5(2)
- Nashih, Achmad Rosyid Fachruddin. (2017). Pengaruh Lokasi, Atmosphere, Keragaman Produk, Harga dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian. <http://dinus.ac.id/>
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner* (Cetakan Pertama). CV. Adanu Abimata.
- Roisah, R., & Riana, D. (2020). Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 100–107.
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2020). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:CV.Andi Offset.
- Saraswati, Telagawathi, Susila (2019). Pengaruh Personal Selling Agen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Pada Pt.Sun Life Financial Cabang Pamaran A.Yani. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 131-139
- Setiawan, L.I. (2020). Pengaruh Islamic Product Quality, Dan Islamic Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Experiential Marketing Sebagai Variabel Intervening. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu)* 3. 908-921
- Sinulingga .(2021). Inovasi Pembuatan Teh Herbal dari Jantung Pisang dengan Tambahan Daun Stevia Sebagai Pemanis Alami. *Jurnal Bios logos*, 11(2)
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2020). *Pemasaran*, Edisi I, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tranggono, R.I.,dan Latifah, F. 2019. *Buku pegangan ilmu pengetahuan kosmetik*. Jakarta.
- Sugiyono, D.(2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Wahyudi, Dedi dan Rumby T Aruan. 2013. Analisis Personal Selling pada PT. Prudential Life Assurance Medan. Medan : LP3I.
- Wijaya, T., 2019, *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks