

REFERENCES

- Acelian, R. M. (2021). Analysis of Sales Promotion , Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(1), 1436–1441.
- Adam, Muhammad (2020). *anajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung, Alfabeta.
- Adriene Eard Fawcett. (2019). *Integrated Marketing: Marketers Convinced Its Time Has Arrived, Advertising Age*.
- Adulphus J. Toby. (2019). Financial Fragility and Performance of Nigerian. Banking Institutions: An Inter-Temporal Analysis. *Journal of Applied*.
- Ahearne, Michael, John, Mathieu., & Adam, Rapp. (2019), To Empower or Not to Empower Your Sales Force? An Empirical Examination of the Influence of Leadership Empowerment Behavior on Customer Satisfaction and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 90 (5), hal. 945–55.
- Ahmad Ardani. (2019) Analisis Pengaruh Personal Selling, Kualitas Pelayanan, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa Syariah Di Prudential. (Skripsi, 2015) dikutip dari Ahmad Ardani, diakses pada
- Ali Hasan, (2018), *Marketing, Media Utama*, Yogyakarta.
- Bowman, D. E. (2019). *Information Management of Strategic Resource*. Jakarta.
- Castleberry, S. B., C. David Shepherd, & Rick, R. (2019). Effective Interpersonal Listening in the Personal Selling Environment: Conceptualization, Measurement, and Nomological Validity. *Journal of Marketing Theory & Practic*, 7 (1), hal.30–38.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis. Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, Augusty. (2017). *Metode penelitian Manajemen: “Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tensis, dan disertai Ilmu Manajemen”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponnogoro.
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24.0. Update Bayesian SEM. In *Model Persamaan*

- Struktural. Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Update Bayesian SEM. <https://doi.org/10.1016/j.ando.2009.02.007>
- Hesti, T. R., Hesti Sugesti S.Pd., M., & D4. (2017). *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 3 , Nomor 1 , Januari 2017 ISSN : 2087-3077 pengaruh personal selling terhadap proses keputusan pembelian produk global phone pada pt . Daytech tetra sindo Tanitra Ratnawulan Hesti Sugesti S . Pd ., MM D4 *Manajemen Bisnis* ,. 3.
- Hidayat (2018). Pengaruh Kualitas. Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis dan Riset Manajemen*
- Josee Bloemer, Ko de Ruyter, and Pascal Peeters, (2019), “Investigating drivers of bank loyalty: The complex relationship between image, service quality and satisfaction”, *International Journal of Bank Marketing*, vol.16/7, p.276-286, MCB University Press.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2018). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.* Jakarta: PT. Indeks
- Kurniawati, Devi, (2018), Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying Pada Giant Pekanbaru, *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS*, Vol. VI No. 3 September 2014
- Kwan. Oky Gunawan, (, Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Impulse Buyin018)g Dengan Postivie Emotion sebagai variabel intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, April 2015
- Levy dan Weitz. (2018). *Retailing Management Five Edition*. New York: Graw Hill, irwin
- Muhammad. (. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh017) Aplikasi: Proposal Penelitian Dan Laporrannya*). Jakarta: Rajawali Pers.
- Nancy Veronica S, (2017), Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5 Asec Surabaya, *Jurnal*
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Rosyida, 2017, Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening,

Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Volume 16, No. 1, Januari – Juni (Semester I) 2017, Halaman 105-127

- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. “Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1, No. 2.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. Perilaku Konsumen. ... Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal. Penelitian.
- Sharma, A. (1999). Does the Salesperson Like Customers? A Conceptual and Empirical Examination of the Persuasive Effect of Perceptions of the Salesperson's Affect Toward Customers. *Psychology & Marketing*, 16 (2), hal. 141-162
- Stone, Raymond J. (2018)). *Human Resources Management; . Fifth Edition*. Australia
- Swastha, Basu, (2018), “Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14, No.3, hal.73-88, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Tax, StephenS, Stephen W. Brown, Murali Chandrasnekar, (2018), “Customer Evaluation of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing”, *Journal of Marketing*, Vol.62, April, p. 60-76.
- Winawati, Nur Fahmi dan Saino, (2019), Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Hypermart Ponorogo City Center), *Jurnal, Universitas Negeri Surabaya*