

REFERENCES

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 11-23.
- Adi, K., & Yunita, A. (2019). Penerapan Personal Selling Pada Strategi Penjualan Motor Honda Di CV. Sumber Mas Motor Ambulu. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 19(1), 53-59
- Ali, H., & Aan Widodo. (2022). DETERMINASI KOMUNIKASI PEMASARAN: ANALISIS IKLAN, PERSONAL SELLING DAN PUBLIC RELATION. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 796-804. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1142>
- Alvin Hidayatullah, M. (2023). Analisis Strategi Promosi Personal Selling Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Beringharjo Dolopo, Madiun Terhadap Loyalitas Anggota (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Ambarwati, Y., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Royal ATK (Studi Kasus Mahasiswa FEB Angkatan 2016 Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(24).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.

- Aminullah, R., Suharto, A., & Diansari, T. (2019). Dampak Harga, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 188-197.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2020). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(3).
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad media publishing.
- Basit, A., & Fulvia, I. N. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Advertising Terhadap Penjualan Polis Asuransi Pada PT Jasaraharja Putera Cabang Mataram. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 5(2), 76-89.
- Basyir, A. (2019). Pengaruh fashion lifestyle dan pengetahuan produk terhadap minat beli (studi pada konsumen batik tulis madura al-fath kkg bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).

- Batjo, N. (2018). Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 1(2).
- Christian, W. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Type Scoopy pada PT Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 7(1), 201-215.
- Creswell, J., W. & Creswell, J.,D. (2018). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed., SAGE Publications
- Duan, R. R., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian motor yamaha mio pada PT. hasjrat abadi tobelo. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 9(1), 128-136.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. (2019). (n.p.): Deepublish.
- Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 156-169.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.

- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790-800.
- Fietroh, M. N., & Suhaedi, S. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 9(3), 236-242.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Fouratama, F., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 207-215.
- Gadeng, T. (2018). PENGARUH EKSPEKTASI PELANGGAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN INDOMARET DI KOTA BANDA ACEH). *Jimma: Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 8(2).
- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(3), 211-218.
- Hair Jr, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2018), *Multivariate Data Analysis 8th Edition*, Cengage Learning, Cheriton House, NW.

- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 47-61.
- Hasman, H. C. P., Natalina, C., & Alfito, A. (2021). PENGARUH ADVERTISING DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA. *JUMANT*, 13(2), 1-8.
- Herdayati, S. P., Pd, S., & Syahrial, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689-1699.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.
- Hidayat, T. (2020). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Purwokerto: Fakultas Ekonomi.
- Jacobus, T. S. W., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 95-105.
- 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 Bisnis Kolega*.

- Junaidi, J. (2021). APLIKASI AMOS DAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM).
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(1), 80-89.
- Kurniasih, D. (2021). Kepuasan konsumen: studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek. Bintang Visitama.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi: Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145-154.
- Kusuma, H. T., & Simamora, R. B. (2023). Pengaruh Penjualan Personal Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sparepart Motor Dan Mobil Pada PT. Capella Patria Utama. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 286-293.
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957-966.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128-136.

- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *JURNAL Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137-145
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Manik, C. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 111-117.
- Manufacturing sector remains the primary engine of the economy. Laman Resmi Republik Indonesia • Portal Informasi Indonesia. (n.d.). <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7143/manufacturing-sector-remains-the-primary-engine-of-the-economy?lang=2>
- Melisa, M., & Fietroh, M. N. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 10-17.

- Miati, I. (2021). PENERAPAN STRATEGI PERSONAL SELLING PADA PERUSAHAAN ALDINA BAKERY KOTA TASIKMALAYA. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO)*.
- Muhamad, A. S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK, INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA. *SI Manajemen*, 1-25.
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi.
- Mulyani, S. R. (2021). Universitas Sangga Buana YPKP A. PENGERTIAN SEM. STATISTIK MULTIVARIAT DALAM RISET, 69.
- Mutiar, M. T., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *vol, 4*, 108-114.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Nurdin, N., Hamdhana, D., & Iqbal, M. (2018). Aplikasi Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Simple Random Sampling Berbasis Android. *TECHSI-Jurnal Teknik Informatika*, 10(1), 141-156.
- Patih, T., & Halistin. (2020) STRUCTURAL EQUATION MODELING DENGAN PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) SERTA APLIKASINYA PADA BIDANG PENDIDIKAN.

Pemerintah Targetkan ekonomi Indonesia tumbuh 5,3 hingga 5,9% pada 2023:

Databoks. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (n.d.).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/03/pemerintah->

[targetkan-ekonomi-indonesia-tumbuh-53-hingga-59-pada-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/03/pemerintah-targetkan-ekonomi-indonesia-tumbuh-53-hingga-59-pada-2023)

Purnamawati, I.P., Wianto Putra, I.M., & Wahyuni, N.M. (2022). The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*.

Putro, M. W. S., & Santoso, R. P. (2020). Pengaruh Sales Promotion dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Jombang (Studi Kasus di Dealer Sentra Sentosa Motor). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 2(3), 283-295.

Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., ... & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*.

Ramakrishna, Yanamandra, Wahab, Siti Norida (2023). *Handbook of Research on Designing Sustainable Supply Chains to Achieve a Circular Economy*. (2023). United States: IGI Global.

Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rizaldi, M. L., & Hardini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 14(2).

- Santoso, S. (2018). *Konsep dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Elex Media Komputindo.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil all new Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 92-102.
- Simanjuntak, A. N., Samosir, A. T., & Hutahaean, D. N. (2021). INTERPRETASI PROMOSI SECARA PERSONAL SELLING DALAM EKSPLANASI PENJUALAN PRODUK SIARAN TELEVISI DIGITAL PT. SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(1), 1-24.
- Sinambela, D. R., Winarto, W., & Panjaitan, M. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prima Motor Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 5(1), 67-74.
- Situmeang RR, Yosserlyn, Adelia V et.al. (2020). The effect of price, purchasing decisions at the spare parts distributor company, PT Wstandard Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 7(9): 182-186.
- 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, 5(2), 118-135.

Statistik Sektorial Provinsi Sumatera Utara 2021. Sumutprov. (n.d.).

<https://sumutprov.go.id/artikel/statistik-sektoral/statistik-sektoral-provinsi-sumatera-utara-2021>

Suarantalla, R., Sudodo, Y., & Hermanto, K. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional di Kecamatan Sumbawa Menggunakan Structural Equation Modeling. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2).

Suardhita, N., Rafik, A., & Sugeng, I. S. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Aktiva-Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 12.

Suarjana, I. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome (Doctoral dissertation, Udayana University).

Suarna, I. F., & Herawanty, I. D. P. (2019). E-Service Quality, Kelengkapan Produk, Promosi Dan Minat Beli Ulang Konsumen Matahari. Com. *Ekubis*, 3(2), 143-154.

Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *AGROSAINTIFIKA*, 2(2), 131-146.

- Supendar, H., & Handrianto, Y. (2018). Metode Structural Equation Modelling Dalam Knowledge Management Terhadap Proses Organisasi. *Bina Insani ICT Journal*, 5(1), 31-40.
- Tamboto, F. C., & Pangemanan, S. S. (2019). The Influence of Product Knowledge and Product Involvement Toward Purchase Decision of Nissan Cars Customers. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Tanujaya, B., Prahmana, R. C. I., & Mumu, J. (2022). Likert scale in social sciences research: Problems and difficulties.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Umadji, N., Lopian, J. S., & Jorie, R. J. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Roti di Bread Factory. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Uyun, M., Eva, N., & Yoseanto, B. L. (2021). *Confirmatory Factor Analysis untuk Penelitian Psikologi dengan Amos dan SmartPLS*. PT Human Persona Indonesia.
- Velayati, A., Pratiwi, V. A., & Kosasih, A. (2022). DAMPAK PENGETAHUAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LABU MADU DI PT ASKARA FARM INDONESIA. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi dan Ekonomi*, 1(2)

- Wahidan, I., Sahidillah Nurdin, S. E., & Rahayu, Y. S. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MOBIL DATSUN YANG DI MEDIASI OLEH SIKAP KONSUMEN DI PT. NISSAN MOTOR KOTA BANDUNG.
- Widayanti, R. (2020). PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta). *VOLATILITAS*, 2(5).
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi di Bank BTN Syariah Bandung. *Pro Mark*, 10(1).
- Yordan, A., Zulkarnain, Z., & Alwie, A. F. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Perumahan (Rumah Sederhana) Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(1), 1-22.
- Zaenati, M., Hidayati, L.L., & Kurnia, M. (2022). The Effect of The Brand Image, Advertising and Social Media Marketing on Purchase Decisions. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*.
- Zaidi, A. (2019). *Sell to Excel: The Art and Science of Personal Selling*. Amerika Serikat: iUniverse.

- Zenianto, A. D., & Mubarak, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Politeknik LP3I Medan). *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 8-14.
- Zulkifli, A., & Anah, L. (2021). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di B2 Variasi Motor Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 259-270.

