

REFERENCES

- Agung, Andreas. (2021). The Fundamental of Digital Marketing. Jakarta: elex Media Komputindo.
- Alisan, A., & sari, widya. (2018). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FITTING PIPA (ELBOW) PADA PT. SEKAWAN ABADI TEKNIK MEDAN. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.808>
- Aripin, Zainal. (2021). Marketing Management. Yogyakarta:Deepublish.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aryaningsih, NI Nyoman. (2021) Ekonomi Manajerial. Malang: Media Nusa Creative.
- Chandra, Handi and Yasa. (2023). Marketing untuk Orang Awam. Palembang : Maxikom.
- E. Wiem S.P, and A. T. Ferdinand, (2019). Analisis Pengaruh Brand Image dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Human Diagnostic (Studi pada PT.Putra Airlangga Medika)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 5, no. 3, pp. 818-828. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14671>
- Faozi, Ikhsan dan SB Handayani. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* No. 47 / Th. XXVI / Oktober 2019. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/download/354/339>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur. Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.
- Firdaus dan Fakhry Zamzam. (2018). Aplikasi Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan. Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Harikedua, V. T., Pascoal, M. E. and Ukus, H. O. (2018). Hubungan Pola Konsumsi Serat Makanan Cepat Saji Dan Aktivitas Fisik Dengan Aparatur Sipil Negara (ASN) Yang Obesitas Di Dinas Kesehatan Daerah Provinsi Sulawesi Utara, in Menuju masyarakat sehat , berkarakter dan berprestasi.

- Manado, pp. 552– 560. Available at: <https://ejurnal.poltekkesmanado.ac.id/index.php/prosiding2018/article/view/471>.
- Hasri, A. (2019). Pengaruh Konten Media Sosial dan E-WOM Terhadap Brand Image BLP Beauty. *Ilmu Komunikasi*, 41-42.
- Hermawan, Agus. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kholis, Nur and Ainun Ma'rifa. (2021). The Influence Of Price And Income On Purchase Decisions Among Fast-Food Consumers: The Mediating Effect of Lifestyle. *Internationale-Conference on Business Management (e-ICBM2021)*.
<http://repository.uinsa.ac.id/1904/1/The%20Influence%20of%20Price%20and%20Income.pdf>
- Kotler, Philip. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinim. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P dan Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta
- Munandar, Dadang. (2022). *Digital Marketing*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Muniarty, Puji, Septina Dwi Retnandari, Tri Endi Ardiansyah, P.S, Iqbal Arraniri, Agus Yulistiyono, Robi Awaluddin, Dede Djuniardi, Lukman Nuzul Hakim, Sukarman Purba, Sufyati HS. (2021). *Strategi Pengelolaan Manajemen Resiko Perusahaan*. Cirebon: Insania.
- Prastia, Dian. (2020). Pengaruh Brand Image dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Mobil pada PT. Arista Auto Lestari Cabang Sisingamangaraja Medan. Rianto, James S. (2023). *Semua Tentang Merek*. Makasar: Nas Media Indonesia.
<https://repository.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/9419>
- Rahmayati, T. Elfira, Azizah Hanum and Sri Hartini. (2023). Pengaruh Personal Selling Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada UD. Usaha Bersama. Januari 2023|ISSN (P):1829-7463 \ ISSN (E):2716-3083 Volume 17, Nomor 1:370-377.
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/download/2950/2087>
- Santoso. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Singh, S. K. and Sanjay Gupta. (2020). *Entrepreneurship With Practical Class XII* by Dr. S. K. Singh, Sanjay Gupta: SBPD Publications. SBPD Publisher.

- Soewanto, Abigail A., and Fransisca Andreani. "Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya." *Agora*, vol. 7, no. 2, 2019. <https://www.neliti.com/id/publications/287213/pengaruh-marketing-mix-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-di-warung-gudeg-bu#cite>
- Sudaryono. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Susanto, AB. (2021). *Value Marketing Paradigma Baru Pemasaran*. Jakarta Selatan: PT. Mizan Pustaka.
- Widayati, C. Catur, Fadhila Dhia Malihah, Purnamawati Hellen Widjaja and Yenita Yenita. (2023). The Role of Purchasing Decisions in Mediating the Influence of Personal Selling, Price and Product Quality on Customer Satisfaction Using MICE Services. *DIJDBM*. e-ISSN: 2715-4203, p-SSN: 2715-419X. <https://dinastipub.org/DIJDBM/article/download/2006/1369/#:~:text=The%20results%20of%20this%20study,significant%20effect%20on%20Purchasing%20Decisions.>