

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. S., & Hartono, B. (2022). Strategi Personal Selling dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Marketing. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(1), 1–8.
- Cendriyansyah, Y., & Mustikasari, A. (2017). Problem Recognition selling Terhadap Pengaruh personal ap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Perumahan Bumi Parahiangan Kencana Soreang Bandung) Inform Search. *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2), 1–10.
- Fadli, Z., Sudirji, F., Rahmat, Santosa, A. D., Pasaribu, S. J., Octaviani, D. W., Yudha, H. S., Fauzan, R., Triwijayati, A., Rukmana, A. Y., Herdiansyah, D., & Fitriana. (2023). Manajemen Pemasaran Digital. In *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018).
- Fatihudin, D. dan A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. 1–23.
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Firmansyah, A. (2020). *Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); 2020th ed.).
- Ghozali, I. (2018). Application of multivariate analysis with IBM SPSS 25 Program. In *Agency* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–99).
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*.
- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An empirical study to enquire the effectiveness of digital marketing in the challenging age with reference to indian economy. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25(4), 1569–1584.
- Halim, M., & Mulyadi, D. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Karawang*. 1(2), 73–83.
- Hubbina, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 459–475.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Jimea, Mea, I., Atribut, P., & Terhadap, P. (2024). *PEMBELIAN KONSUMEN PEMPEK DI SAGA SUDI MAMPIR JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 2044–2058.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Managemen 13. In *New Jersey :Pearson Prentice Hall, Inc.*

- Kotler, P. dan G. A. (2006). *Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2017). *Principles of Marketin*.
- Laowo, N. (2023). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Epigram*, 06(2). <https://doi.org/10.32722/epi.v14i1.958>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 165–182. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Meizary, A., & Lestari, W. R. (2024). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Di Bandar Lampung. *Jesya*, 7(1), 791–803. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1461>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Nalini, W. N., Rohayati, Y., & Kusmayanti, I. N. (2022). Perancangan Perbaikan Atribut Produk T-shirt CV Nakhoda Nusantara Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode Conjoint Analysis JURNAL ILMU MANAJEMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 67–78. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4782>
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>
- Oscar, B., Hilman, M. M., & Megantara, C. (2020). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12. www.kompas.com
- Pangestu, A. R. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Perlengkapan ABRI SANTY SEMBADA 10 SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(5), 1–18.
- Paramita, Ratna, Rizal, Noviansyah, Sulistyan, R. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*.

- Priadana, Sidik, Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Sustainability (Switzerland)*(Vol.11,Issue1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putri, A. R. (2016). *Pengaruh Personal Selling, Kualitas Produk Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pt. Orindo Alam Ayu Kota Pekanbaru*. 1–23.
- Riyanto S, H. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. 1–23.
- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Al-Dzahab*, 2(2), 93–105.
<https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sukri, N. A. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri, Pelatihan dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Parepare*".
- Tarigan, J. (2021). PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA USAHA SIBOLANG DURIAN. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 90.
<https://doi.org/10.46930/global.v10i1.1117>
- Tjiptom, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, 2015.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan*.
- Tjiptono, F. dan A. D. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*.
- Tri, R., & Yanto, Y. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–22.
- Ulang, P., Butik, P., Billah, H., & Situbondo, D. I. (2024). *Hendra Syahputra*. 3(1), 102–116.

Wardani, A. K., & Kurnianingsih, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Personal Selling, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Produk Maybelline. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 91–100. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i1.2907>

Wati, Andy, Martha, Jefry, Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (Nadya arth).

