

DAFTAR REFERENSI

- Adesoga, A. (2016). Examination of the Relevance of Personal Selling in Marketing Activities: a Descriptive Method. *Journal of Accounting and Management, VI(2)*, 103–116.
- Adewale, A. G., Adeniran, A. J., & Oluyinka, S. A. (2019). The Effect of Personal Selling and Marketing on Firm Sales Growth (a Study of PZ and Dangote Nigeria PLC). *Journal of Business Management, 5(1)*, 1–18. <https://www.researchgate.net>
- Amelia, & Basuki, K. (2017). Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variable Intervening PADA HOTEL GRAND ASIA JAKARTA. *Jurnal Online Internasional & Nasional, 5(2)*, 59–70.
- Dellamita, M. F., Fauzi, A., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis, 9(2)*, 1–6.
- Fihartini, Yuniarti and Prasetyo, K. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan on-Line (Web Trace and Tracking) Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 13(3)*, 185–276.
- Florenca, D., Japarianto, E., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., Siwalankerto, J., & Activation, B. (n.d.). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN BRAND ACTIVATION TERHADAP PURCHASE INTENTION KONSUMEN PADA PRODUK SANTAN BUBUK SASA PT SASA INTI DI SURABAYA.*
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME), 1(1)*, 183–195. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*.
- Mufiyati, R., & Nawari. (2020). Pengaruh Sales Promosion dan Personal elling terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Cipta Karya Abadi Lamongan. *Humanis*, 12(1), 1–12.
- Primariyanti, M. S., & Firmansyah, E. A. (2017). Aplikasi Teori Personal Selling: Kasus pada Bank Regional. *Al Tijarah*, 3(2), 41.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. 2(3), 169–175.
- Rosida, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian (Survey Pada Muslimah Di Jawa Barat). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 129–140.
- Sekaran, U. dan R. B. (2016). *Research Methods for Business*. In *Edisi Ketujuh*. John Wiley & Sons.
- Songcayawon, B. M., Ortiz, J., Montero, D., & Paglinawan, R. (2019). The Impact of Personal Selling on the Purchasing Behavior towards Clothes among Business Administration Students of Polytechnic University of the Philippines. *Global Scientific Journal*, 7(11), 61–66.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. (2017). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan PondS. *Buletin Studi Ekonomi*, 17(2), 142–156.