

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. 5(1), 99–108.
- Chen, Y.-S., Chen, T.-J. , & Lin, C.-C. (2016). The Analyses of Purchasing Decisions and Brand Loyalty for Smartphone Consumers. *Open Journal of Social Sciences*, 04(07), 108–116. <https://doi.org/10.4236/jss.2016.47018>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*.
- Katrin, I. L., Diyah Setyorini, H. ., & Masharyono. (2016). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung*. 246–254.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*.
- Martana, I. K. (2017). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembeli Produk. *Komunikasi*, VIII(September), 131.
- Mufiyati, R., & Nawari. (2020). Pengaruh Sales Promosion dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Cipta Karya Abadi Lamongan. *Humanis*, 12(1), 1–12.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Saini, S., & Singh, J. (2020). Managing consumer loyalty: An expanded model of consumer experience management and consumer loyalty. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 11(1), 21–47. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.2020010102>

- Saputra, A. (2018). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian*. 30(1). <https://doi.org/10.31227/osf.io/fy4ch>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sukma, S. (2018). *Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt.Pangripta Cons Medan*. 1–8.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, Keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1–18.

[www.goodnewsfromindonesia.go.id](http://www.goodnewsfromindonesia.go.id)

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)