

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflah, F. R., & Hamdani, M. F. (2025). Penerapan Regresi Linier Berganda Dalam Menilai Hubungan Antar Variabel Dalam Penelitian Kuantitatif. 5, 4195–4211.
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Amin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Kecamatan Tarumajaya. *Stie*, 1(3), 41–52.
- Amin, N. F. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal Of Finance And Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/Jfbd.V1i3.1183>
- Artameviah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/Skr.V8i1.9716>
- Auliani. (2022). Metodologi Penelitian. *Narratives Of Therapists' Lives*, 196, 138–139.
- Ayes, Y. T., Hariyadi, G. T., Yovita, L., & Putra, F. I. F. S. (2024). Diferensiasi Produk, Eco-Label, Dan Brand Awareness Sebagai Peran Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 500–512. <https://doi.org/10.31959/Jm.V13i2.2327>
- Cindy, Ni Putu Widhia Rahayu, I. A. A. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran , Digital Marketing Dan Direct Selling Di Toko Cindy Jaya Furniture Terhadap Keputusan Pembelian. X, 1–17.
- Devi. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*, 1–92.

- Effiyaldi. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. 1, 94–102.
- Ervandi, M. Z. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Performa*, 6(2), 152–161. <https://doi.org/10.37715/Jp.V6i2.2075>
- Fawazi. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar ). 12(1), 294–304.
- Fernando, S. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Firmansyah. (2023). Pengaruh Digital Marketing , Personal Selling , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics Di Bravo Tulungagung. 4(2), 33–39.
- Firya, A. (2025). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Jasa Publik Asrori & Rekan. 2(C), 42–51.
- Ghozali. (2018). 14. Metode Penelitian-Dikonversi (1). 28–39.
- Habeahan, H. S. (2022). Digital Repository Universitas Jember Digital Repository Universitas Jember. In Efektifitas Penyuluhan Gizi Pada Kelompok 1000 HPK Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Kesadaran Gizi (Vol. 3, Issue 3).
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah, N. (2023). Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 183.
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1), 49–53.
- I Dewa Nyoman Usadha (1), A. S. S. (2). (2024). Implementasi Metode Webqual Pada Kualitas Pelayanan Website Grab I. *Journal Of Marketing Management Research*, 29(2), 1–24.
- I Nurdianawati. (2021). Uji Instrumen. Metodologi Penelitian Kuantitatif, 1(69), 5–24.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik Yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Khumairoh, F. A. (2023). Pengaruh Personal Selling, Digital Marketing, Brand Image, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kawi.
- Kurniawan, P., & Aisyah, M. R. (2023). Eksplorasi Interaksi Digital Marketing Dan

- Personal Selling Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Journal Of Principles Management And Bussines*, 2(1), 01–15.
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing , Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan ( *Studi Kasus Di Mybca Ciputra World Surabaya* ). 1–17.
- Marlius, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadapminat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Open Journal Systems*, 17(05), 795–802.
- Meilissa. (2021). Pengaruh Personal Selling, Sales Promotion Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Superindo Karya Gemilang *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 661–668. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>
- Nuraeni, N. (2021). Pengaruh Personal Selling , Digital Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal Melia Propolis Pada PT . Melia Sehat Sejahtera Di Jakarta. 2(2), 115–123.
- Oktarena, A., & Efendi, N. (N.D.). Efektivitas Personal Selling Dalam Penjualan Alat Kesehatan Dan Laboratorium Pasca Pandemi Covid-19 Pt Mandika Atus Gratia Bengkulu Personal Selling Effectiveness In Sales Health Equipment And Laboratories Post Pandemic Covid-19 Pt Mandika Atus Gratia Ben. 1. [www.corona.help.com](http://www.corona.help.com),
- Prayitno, S., Fathorrahman, & Kusdyah, I. (2023). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Simpelbos Pada Pt Rumah Wirausaha Indonesia. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(1).
- Putra, B. B. B., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT BNI Life Insurance Cabang Denpasar Bariocha. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2747–2759.
- Putri, A. R. (2022). Pengaruh Personal Selling, Kualitas Produk Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pt. Orindo Alam Ayu Kota Pekanbaru. 1–23.
- Putri, C. R. (2021). Pengaruh Fitur Produk Dan Personal Sellingterhadap

Keputusan Pembelian (Studi Pada konsumen Oppo Smartphone Di Kecmedan Selayang).

- Retno Dewi Wijastuti, & Indriyani Hamzah. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Umum Di PT. Askindo Cabang Sorong. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 2(2), 191–204.
- Sekar Widena, K. (2018). Pengaruh Kompensasi Karyawan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Dengan Dimediasi Variabel Motivasi Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Hotel Sahid Montana Malang). 1–88.
- Setiani, T., & Accacia Qonita Andini, R. (2023). Pengaruh Rasio Solvabilitas Dan Rasio Aktivitas Perusahaan Terhadap Rasio Profitabilitas Perusahaan Pada Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023. *Jurnal Akuntansi*, 18(02), 68–81.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.1057>
- Sulung, U. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Sutejo, B. (2022). Evaluasi Penggunaan Platform Jual-Beli Online Pada Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Bidang Konveksi Disaat Pandemic Covid-19 Di Perkampungan Industri Kecil (Pik) Pulogadung. *Repository STEI*, 12(2004), 6–25.
- Suwarso, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Vol. 3, Issue 17). ALFABETA BANDUNG. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.Pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.Pdf)
- Tantowi, B. F., & Saino. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1076–1082.
- Wiguna, P. A., & Sinduwiatmo, K. (N.D.). *Eiger Product Promotion Strategy On Instagram @ Eiger . Sidoarjo [ Strategi Promosi Produk Eiger Di Instagram @ Eiger . Sidoarjo ]*. 1–12.

Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.