

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S., Gobel, M., & Usman, I. (2025). *Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa. 1*, 36–47.
- Aditama, R. A. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Agustine, A. R. (2023). Pengaruh Periklanan Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce. *Marketgram Journal*, 1(1), 31–38. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Laptop Acer. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 359–402.
- Alami, F. N., Ekonomi, M. I., & Indonesia, U. (2024). Analisis Perilaku Konsumen untuk Implementasi Marketing Mix pada Produk High dan Low Involvement. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 1(2), 15–30.
- Ali, H., & Aan Widodo. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling Dan Public Relation. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796–804. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1142>
- Alifa, E. N., Hidayat, S., & Nur, L. (2020). *PEDADIDAKTIKA: JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR Analisis Penggunaan Multimedia Evaluasi Plickers dalam Mengurangi Budaya Menyontek*. 7(2), 168–177. <http://ejournal.upi.edu/index.php/pedadidaktika/index>
- Antonny, E., Fitriano, A., & Wahyuni, N. S. (2024). The Influence Of Customer Satisfaction, Distribution And Personal Selling On Purchasing Decisions In PT Multi Medika Labolatory Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Distribusi Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Multi Medika Labolatory. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2918–2927. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- David tan. (2021). Metode penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan penelitian Hukum. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1332–1336. <https://core.ac.uk/download/pdf/490668614.pdf>
- Dewi, Q. D., & Wideasanty, G. (2023). Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Public Relations Scarlett Whitening Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(2), 190–209. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v2i2.562>

- Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31–35. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/730>
- Dwi Nugraeni, R., Zuraida, L., Dwi Ariani, I., & Widya Wiwaha, S. (2022). Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion Dan Publicity Terhadap Keputusan Memilih PGRI Yogyakarta: (Studi Pada Mahasiswa Tahun Pertama Tahun Akademik 2018/2019). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 281–288. <https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/438>
- Erwan Efendi, Indrawansyah Indrawansyah, & Rizky Aulia. (2023). Memahami Periklanan Melalui Media Dakwah Islam. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4(1), 59–66. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i1.64>
- Fikri Yusmansyah, E., Sugandi, N., Miftahussalam, M., Saefurridjal, A., & Muchtarom, M. (2022). Konsep Dasar-Dasar Pertimbangan Dan Strategi Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan, Humaniora, Linguistik Dan Sosial (Jagaddhita)*, 1(1), 36–47. <https://doi.org/10.58268/jagaddhita.v1i1.23>
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Path Analysis (Analisis Jalur). In *PT. Penerbit Mitra Grup* (Issue August).
- Iman, D. Z., & Alfaridli, M. A. (2025). *Strategi Public Relations terhadap Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Globalisasi. 1*, 13–23.
- Isnani, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). The Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . Com of West Java. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 164–170.
- Iyansyah, M. I., Shaddiq, S., Sari, S., & Zainul, H. . (2021). Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran Dalam Melaksanakan Etika Dan Standar Periklanan. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(10), 1073–1091.
- Januardi, R., Chen, E., Januardin, J., & ... (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture. *Management Studies and ...*, 4(6), 8305–8314. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/3505%0Ahttps://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/download/3505/1957>
- Joel, D., Kairupan, I., & Yovanda, A. (2021). Pengaruh Hubungan Masyarakat, Periklanan, dan Word of Mouth terhadap Kesadaran Merek Produk UMKM:

Studi kasus pada Toko X Cake and Bakery. *Management*, 1–10.

- Junaedi, R. A., & Soekrani, T. S. (2023). Pengaruh Implementasi Strategi IMC terhadap Keputusan Mendaftar Siswa di SMK Telkom Sidoarjo Tahun Ajaran 2022/2023. *Jurnal Komunikatif*, 12(1), 62–79. <https://doi.org/10.33508/jk.v12i1.4478>
- Kurniadi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Kepada Keputusan Pembelian. *Jurnal Kwik Kian Gie*, 01, 1–23.
- Kuswarak. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Cv. Rolya Motor Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 5(2), 135–142. <https://doi.org/10.24967/jmms.v5i2.1275>
- Lahagu, D. B. H., Ndruru, L., & Karim, A. (2024). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Online Pada PT Ramayana Teladan Cabang Medan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(2008), 1–21.
- Maqfiro, S. N. A., Fajrin, I., & Sukmah, A. (2021). 3 1,2,3. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 4(2), 307–316. <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kreativitas/article/view/3511/pdf>
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 263–274.
- Merissa. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Muhajir, A. (2024). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Ud Anugerah Gresik. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 7(1), 53–61. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v7i1.6365>
- Musthafa, D. (2020). Implementasi Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan perusahaan (studi kasus pada pd CV Tunas Abadi Kota Malang). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 80. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.54>
- Navila, N., & Eko Sujianto, A. (2022). Pengaruh Modal Pinjaman dan Volume Usaha Terhadap Sisa Hasil Usaha Dengan Total Aset Sebagai Variabel Intervening. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(3), 134–144. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i3.18310>
- Nazara, D. S. (2021). Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Triconsel Gunungsitoli. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 9(3), 1400. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35613/33336>
- Ningsih, W., Kamaludin, M., & Alfian, R. (2021). Hubungan Media Pembelajaran

dengan Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan. *Tarbawai: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(01), 77–92.

- Pradini, G., & Hardini, R. (2021). Pengaruh Bauran Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Food Court Margo City Mall sebagai Penunjang Amenitas Pariwisata di Depok Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 2(1), 136–142.
- Pramularso, E. Y., & Latifah, S. (2023). Lingkungan Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Jasamarga Related Business Jakarta. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.54526/jes.v8i1.118>
- Purwaningsih, A. G., & Nurhadi. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Gender Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 159–167.
- Quintania, M., & Arifin, M. D. (2025). Integration of OHSMS and Marketing Strategies in Shipbuilding: Literature Review and Its Implications on Productivity. *International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, 10(2), 376–386. <https://doi.org/10.12962/j25481479.v10i2.6384>
- Quintania, M., & Wulandari, D. (2024). Uji Komparasi Efektivitas Merek Pada Produk Mie Instan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 18(1), 100–116. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v18i1.1951>
- Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351–358.
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Sebastian, A. W., Yuningsih, E., & Palahudin. (2024). The Application of Personal Selling, Word of Mouth and Perceived Quality on Consumer Purchase Interest in Flexible Conduit Products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(1), 155–172. <https://doi.org/10.55927/ministal.v3i1.6730>
- Syarifuddin, Bata Ilyas, J., & Sani, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Di Kota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2), 55. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/102>
- Tarigan, J. (2021). The effect of personal selling on product purchase decision in Sibolang Durian. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 90. <https://doi.org/10.46930/global.v10i1.1117>

- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2019). Kajian Teori Dan Kerangka Pemikiran a. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, April, 5–24.*
- Tran, M. T., Ngo, B. N., Kim, T., Vo, O., Kim, T., Tran, C., Duong, H. L., & Trinh, L. T. (2024). *Utilizing public relations for achieving success in enrollment : Observations drawn from an extensive study of higher educational institutions. 8(7), 1–22.*

