

DAFTAR RUJUKAN

- Aprilianti, B. S., & Hasbi, H. (2024). Pengaruh Penerapan Periklanan dan Pemasaran Berbasis Online Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 361–368. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1956>
- Audrelya, J. F., Xafier, M. H., Maisyaroh, N., & Wildan, M. A. (2025). Analysis Of The Influence Of Discount Promotions On Students' Purchase Decisions On The Shopee E-Commerce Platform. *International Scientific Jour- Nals Of Social, Education, Humanities*, 4(1), 309–310. <https://doi.org/10.56910/Literacy.V4i1.2162>
- Figrianto, M., Putra, A., Pratama, D., & Larassaty, A. L. (2025). Pengaruh Cashback dan Diskon terhadap Konsumsi Digital E-Wallet : Studi Kasus Generasi Z Pendahuluan Metode Hasil dan Pembahasan. *Journal of Sustainable Social and Economics*, 1(1), 41–46.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Prayogo P Harto, Ed.; 8th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heryanto, D. Y., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Diskon, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 765–778. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i8.1850>
- Hidayat, A., & Kartika, R. (2023). Analisis respons konsumen terhadap program diskon pada retail modern. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 5(1), 92–103.
- Kanti, N. K. A. S., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Denpasar). *EMAS: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 5(9), 96–110. Retrieved from <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/10044>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles Of Marketing* (Eighteenth Edition). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). England: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles Marketing*. England: Pearson Education.
- Kurniaditya, G. B., Purwaningtyas, D. A., & Fadhilah, Z. E. (2024). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Matahari Department Store. *JoPS: Journal of Psychology Students*, 3(1), 13–20. <https://doi.org/10.15575/jops.v3i1.32270>
- Laila, Q., Kurniati, R. R., & Trianti, K. (2023). Pengaruh Diskon dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Bisnis Kreatif Digital). *JIIAGABI: Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 12(1), 642–651.
- Lutviana, E., & Sukoco, S. A. (2024). Pengaruh Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Grand Puri Bunga Nirwana Jember. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.36490/value.v4i2.874>
- Maulana, D. R. P., & Lestari, W. D. (2024). The Effect Of Advertising And

- Personal Selling On Buying Decision With Brand Image As An Intervening Variable For Indofood Brand In Solo Raya. *Proceedings Series On Social Sciences & Humanities*, 15(Iconomics 2023), 38–48. <https://doi.org/10.30595/Pssh.V15i.924>
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Oktavia, F., Kumala, N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Ecodemica*, 6(1).
- Oktaviani, K., Talkah, A., & Arisyahidin. (2025). Pengaruh Personal Selling dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Toko Wahyu Tani. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 25(2), 172-180. <https://doi.org/10.32503/agribisnis.v25i2.7742>
- Pratama, A. H., Riyanto, D. W. U., & Kadharpa, E. (2023). The Effect Of Personal Selling And Advertising On Purchasing Decisions With Brand Awareness As An Intervening Variable. *Business Innovation Management And Entrepreneurship Journal (Bimantara)*, 2(01), 32–43. <https://doi.org/10.22219/Bimantara.V2i01.27219>
- Putri, M., & Nainggolan, N. P. (2025). Pengaruh Periklanan, Word Of Mouth Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Bening's Di Batam. *JEMI*, 25(1), 1-13. <https://doi.org/10.53640/jemi.v25i1.1874>
- Setiawan, A. N., & Surianto, M. A. (2022). The Influence Of Word Of Mouth, Facebook Ads And Personal Selling On The Purchase Decision Of Points Of Sales (Pos) Packages At Senna. *Indonesian Vocational Research Journal*, 1(2), 15. <https://doi.org/10.30587/Ivrj.V1i2.4054>
- Soehardi. (2022). Effect Of Advertising, Direct Marketing, Word Of Mouth And Personal Selling On Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen*, 26(1), 82–98. <https://doi.org/10.24912/Jm.V26i1.839>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sutisna (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Edisi kedua). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Thamrin, P. B., & Hasyim, I. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Personal Selling Terhadap Niat Pakai Melalui Brand Image (Studi Kasus Pada Bank Digital Jenius). *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 266–280. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V6i2.274>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, D., Nasution, A. P., & Hutagaol, A. S. R. (2024). The Discounts, Free Shipping, Trust And Consumer Assessment Ratings On Product Purchasing Decisions On The Shopee Application. *Social Sciences Insights Journal*, 2687, 9-11. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.11180174>
- Widayat, E. W., & Kartikawati, S. (2021). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal, Dan Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek Indomaret (Studi Kasus Masyarakat Indomaret Di

- Kota Bogor). *Jurnal Gici*, 13(2), 37–52.
- Widyana, S. F., & Navisa, C. (2024). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Iii. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(1).
- Yura, P. K., Makapedua, J. T. S., Wollah, M., Bisnis, A., & Manado, P. N. (2025). Pengaruh Word Of Mouth dan Personal Selling Terhadap Customer Interest PT . Pegadaian Cabang Manado Utara Pada Layanan Tabungan Emas Digital. *JUMAKA*, 01(01), 1–10.