

DAFTAR PUSTAKA

- Abiodun, A. O. (2011). The Impact Of Advertising on Sales Volume Of a Product. *HAMK University of Applied Sciences* , 25.
- Aini, N. N., Mulyati, A., & Maruta, I. A. (2019). Analisis Pengaruh Advertising dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah di Transmart Rungkut). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*.
- Akanbi, P. A., & Adeyeye, T. C. (2011). The Association between Advertising and Sales Volume: A Case Study of Nigerian Bottling Company Plc. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS)*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azeez, & Abeyratna. (2020). The Impact of Personal Selling on Buying Behavior with Special Reference to Clothing Stores in Sri Lanka. *IUP: Journal of Marketing Management*.
- Budiono. (2008). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk pada PT Unilever Tbk. *Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan*.
- Caroline, M. M. (2016). Influence of Personal Selling on Brand Performance of Retail Shoe Companies in Nairobi Central Business District. *Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology*.
- Dharmmesta, B. S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- Dharmmesta, B. S. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Dharmmesta, B. S. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (1989). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasman, H. C., Natalina, C., & Alfifto. (2021). Pengaruh Advertising dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Manajemen Tools* .
- Helen. (2011). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk pada PT Mestika Mandiri Medan . *Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan* .
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Irmawan, A. O. (2009). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus PT EGA Paintindo Tangerang dan Warnet Graha Rajawali Yogyakarta).
- Jauhari, T., & Sya'idah, E. H. (2021). Pengaruh Penjualan Pribadi, Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.

- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT indeks Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1987). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Liestyana. (2009). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk pada PT Unibis Medan. *Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan*.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahardhika, M. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan PT Intan Pariwara di Wilayah Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madani*.
- Mulyono. (2018). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Murithi, M. M. (2015). Effects of Personal Selling on Sales: A Case of Women Groups in Imenti North District, Meru County, Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Nitisemito, A. S. (1981). *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nour, M. I., Almahirah, M. S., Said, M. S., & Freihat, S. (2014). The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions. *Canadian Research and Development Center of Sciences and Cultures: International Business and Management*.
- Nyarko, I. K. (2014). Promoting Life Insurance Products via Personal Selling: The Case of a Leading Insurer in Ghana. *British Journals of Economics, Management and Trade*.
- Pertanian, K. (2018, Juli 23). *Buletin Konsumsi Pangan Semester 1, 2018*. Retrieved November 04, 2022, from E-Publikasi SETJEN Pertanian: http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/buletin/konsumsi/2018/Buletin_Konsumsi_Pangan_Semester_1_2018/files/assets/basic-html/page40.html
- Putriyani, A. (2016). Pengaruh Periklanan dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Batu Akik (Studi Kasus Pedagang Batu Akik Serayu Stone Pasar Wage Banyumas).

- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Tobelo. *Jurnal EMBA: Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sahir, M. I. (2016). Pengaruh Personal Selling dan Advertising terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT Prudential Assurance Cabang Makassar. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Sandage, C., & Vernon, F. (1960). *Advertising: Theory and Practice*. Richard D. Irwin, INC.
- Santosa, S. (2009). *Creative Advertising: Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saragih, L. P. (2017). Peranan Periklanan dan Personal Selling Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT Lovely Holidays Tour and Travel Cabang Pematangsiantar. *Sultanist*, 7.
- Schiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Stanton, W. J. (1986). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Swastha, B. (1984). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Swastha, B. (2011). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2010). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Winardi. (1981). *Manajemen Pemasaran dan Penjualan*. Bandung: Sinar Baru.
- Yousif, R. O. (2016). The Impact of Personal Selling on the Purchasing Behavior towards Clothes: A Case Study on the Youth Category. *Canadian Center of Science and Education: International Journal of Marketing Studies*.
- Yuswanto, O. N., & Wulandari, A. (2019). Pengaruh Personal Selling dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Kuliah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.