

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. (2020) PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT. GRAHITA INDONESIA (Studi Kasus pada Grahita Indonesia Cabang Tangerang Selatan)
- Achmad Noorman Setiawan, Moh. Agung Suriyanto. (2022). The Influence of Word Of Mouth, Facebook Ads and Personal selling On The Purchase Decision Of Point Of Sales (POS) Packages At Senna.
- Basrowi, & Suwandi. (2018). Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. (2010). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, H. H. (2013). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmadi, H. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Enggar Wiem S,P, Augusty Tae Ferdinand. (2016). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HUMAN DIAGNOSTIC (Studi pada PT. Putra Airlangga Medika).
- Ghoni, D., & Almanshur, F. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar- Ruzz Media.
- Ginting, N. F. (2011). Manajemen Pemasaran. Bandung: Yrama Widya.
- Hamidi. (2009). Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian. Malang: UMM Press.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2014, Januari). Pengaruh Penjualan Personal terhadap Pengetahuan Produk dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium di Jawa Barat. Jurnal Kebangsaan, 3(5), 1-10.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2009). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, E. (2009). Fenomenologi. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lin, N., & Lin, B. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on

- Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, 121-132.
- Mendrofa, Y. B. (2013). Effect of Product Knowledge and Brand Image to Purchase Intention with HP Laptop Brand Price Discount as Variable Moderated in Surabaya. *Journal Of Management*.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mongkau, A. A., Warouw, D., Mingkid, E., (2017). STRATEGI KOMUNIKASI SALES DALAM MEMASARKAN MOBIL BEKAS DI KOTA MANADO (STUDI PADA SHOWROOM MOBIL BEKAS DI WILAYAH KECAMATAN MALALAYANG KOTA MANADO). e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 2. Tahun 2017.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nofrizal, & Ukhriyawati, C. F. (2014). Pengaruh Positioning, Advertising dan Personal Selling terhadap Brand Image (Citra Merek) Keripik Kari di Kota Batam. 1(2), 1-17.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Singapore: Mc. Graw-Hill.
- Ping Liang, Y. (2009, September). Relationship between Consumer Information Exposure, Product Knowledge, and Impulse Buying Behavior: An Empirical Analysis. *International Journal of Management*, 25(3), 418-431.
- Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukmana, J. F., & Jafarianto, E. (2017). Pengaruh Personal Selling Dan Brand Activation Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Produk Santan Bubuk Sasa PT Sasa Inti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 1-7.

- Tatang, M. A. (2009). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Smith, Jonathan A. (ed.). (2009). *Psikologi kualitatif: Panduan praktis metode riset*. Terjemahan dari *Qualitative Psychology A Practical Guide to Research Method*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Reni Fitri Wahyuni, Sri Widaningsih. (2017). **PENGARUH PROMOSI PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASTRA CREDIT COMPANIES (ACC) BANDUNG.**
- Thurlow, C., Laura Lengel & Alice Tomic. (2007). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. London: Sage Publication.
- Selvi Liana, Bethani Suryawardani. (2018). **PENGARUH TELEMARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ASTRA CREDIT COMPANIES BANDUNG TAHUN 2018.**
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (1st ed.). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Verbekea, Richard P. Bagozzi. (2003). *Exploring the role of self and customer – provoked embarrassment in personal selling*
- Fernando Jaramillo, Greg W. Marshall. (2003). *Critical success factor in the personal selling process An emprical investigation of Ecuadorian sales people in the banking industry*
- Yasir. (2011). *Perencanaan Komunikasi*. Pusat Pengembangan Universitas Riau.