

DAFTAR PUSTAKA

- Adesoga. (2016). *Examination Of The Relevance Of Personal Selling In Marketing Activities A Descriptive Method*, 06, 103-116. University of South Africa, Pretoria.
- Afande & Maina. (2015). *Effect of Promotional Mix Elements on Sales Volume of Financial*, 11, 64-91. International Peer-reviewed Journal.
- Alma, Buchari (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, Gary & Kotler, Philip (2016). *Marketing An Introduction (Thirteenth Edition, Global Edition)*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Daud, Firdaus Mochamad. (2019). *Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Tabungan Berjangka (Studi Kasus Bank Woori Saudara Bandung)*. Skripsi Sarjana pada FKB Universtas Telkom: Universitas Telkom.
- Daud, Firdaus Mochamad. (2019). *Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Tabungan Berjangka (Studi Kasus Bank Woori Saudara Bandung)*. 5. 82-90
- Enike Kuswahyuliana, Joko Samboro. (2017). *Pengaruh Periklanan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada IM3 Indosat Ooredoo Di Gerai Indosat Sales Area Kediri*. 3. 7-12. Jurnal Aplikasi Bisnis.
- Eva, Natalya Novita. (2016). *Implementation of Personal Selling PT Bank Tabungan Negara (PERSERO), Tbk. in Promotion Program Super Untung*. 1.171-188. Universitas Mercubuana.
- Febriani, Nufian & Asmara, Wayan Weda (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS24*.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsahroni, P Tika. (2016). *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada PT Millenium Pharmacon Internasional TBK. Cabang Bandung*. 2. 448-457. Universitas Telkom.
- Hapsahroni, P Tika. (2016). *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada PT Millenium Pharmacon Internasional TBK. Cabang Bandung*. Skripsi Sarjana pada FKB Universitas Telkom: Universitas Telkom.
- Hurriyati, Ratih (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen (Edisi 4)*.
Bandung: Alfabeta.
- Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis, Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, Bowen & Makens (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism, 6th Edition*. Boston: Pearson.
- Malhotra, Nareh K (2010). *Marketing Research (6th Edition)*. New Jersey, USA:
Pearson Education.
- Nebo dan Chinwuba. (2016). *Effects Of Personal Selling, Advertising And Sales Promotion On Sales Force Performance In The Nigerian Money Deposit Banks*. 4. 2-15.
- Othman, Y Rudaina. (2016). *The Impact of Personal Selling on the Purchasing Behavior Towards Clothes: A Case Study on the Youth Category*. 8. 128-135.
Canadian Center of Science and Education.
- Rachmat (2014, September). "Makna Logo Telkom University" (Diakses 15

September 2019 dari: <https://rachmat.student.telkomuniversity.ac.id/makna-logo-telkom-university>).

Rahman, H Arif. (2019). *Pengaruh Iklan di Televisi terhadap Minat Beli Produk Indomie Rasa Mie Aceh Dengan Pendekatan Aida pada Warga Kota Cimahi Jawa Barat*. Skripsi Sarjana pada FKB Universitas Telkom: Universitas Telkom.

Ristekbrin (2019). “Menristekdikti Umumkan Klasterisasi Perguruan Tinggi Indonesia 2019, Fokuskan Hasil dari Perguruan Tinggi” (Diakses 18 September 2019 dari: <https://www.ristekbrin.go.id/kabar/menristekdikti-umumkan-klasterisasi-perguruan-tinggi-indonesia-2019-fokuskan-hasil-dari-perguruan-tinggi/>).

Rufiza Zhilania Fadhillah, Rahmat Hidayat (2018). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Iphone Pada Konsumen Generasi Z Tahun 2018*. 4. 1-7. Universitas Telkom

SCBTII Telkom University (2019). “Universitas Telkom-Logo Vertikal” (Diakses 15 September 2019 dari: <https://scbtii.telkomuniversity.ac.id/universitas-telkom-logo-vertikal/>).

Sekaran, Uma & Bougie, Roger (2013). *Research Methods for Business(6th Edition)*. United Kingdom: John Willey & Son Ltd.

SMB Telkom University (2019). “Jalur Seleksi” (Diakses 18 September 2019 dari: <https://smb.telkomuniversity.ac.id/jalur-seleksi/>).

Sugiyama, Kotaro & Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGraw Hill.

Sugiyono (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supriyanto. (2018). *Pengaruh Sales Training dan Personal Selling terhadap Sales Forces Performance di PT Medion Ardhika Bhakti*. Tesis Magister pada FEB Universitas Telkom: tidak dipublikasikan.

Telkom University (2019). "Perjalanan Sejarah Telkom University" (Diakses 15 September 2019 dari: <https://telkomuniversity.ac.id/perjalanan-sejarah-telkom-university/?lang=en>).

Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia (2016). *Pemasaran Esenesi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yanita Petriella. (2019, Agustus 08). *PENDIDIKAN TINGGI: Terlalu Banyak PTS di Indonesia, Berkah Atau Musibah*. Diperoleh tanggal 29 Agustus 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190808/12/1134160/pendidikan-tinggiterlalu-banyak-pts-di-indonesia-berkah-atau-musibah>

Yorinanda, Annisa. (2019). *Pengaruh Personal Selling terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Konsumen ACE Hardware di Pusat Perbelanjaan Modern Bandung*. Skripsi Sarjana pada FKB Universitas Telkom: Universitas Telkom.

Yusuf Haidar, Leni Cahyani. (2018). *Pengaruh Produk Optima Group Health Terhadap Minat Beli Nasabah Asuransi Bni Life Jakarta Tahun 2018*. 4. 1-9. Universitas Telkom.