



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta
- Fallah, H., Jafariyan, H., & Savabieh, S. (2018). Investigation of market orientation and self-efficacy effects on sale force performance: Mediator role of sales force creativity and innovation implementation. *Journal of relationship Marketing*, *17*(3), 188-203.
- Grewal, D., Puccinelli, N., & Monroe, K. B. (2018). Meta-analysis: integrating accumulated knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *46*(1), 9-30.
- Groza, M. D., & Groza, M. P. (2018). Salesperson regulatory knowledge and sales performance. *Journal of Business Research*, *89*, 37-46.
- Herjanto, H., & Franklin, D. (2019). Investigating salesperson performance factors: A systematic review of the literature on the characteristics of effective salespersons. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, *27*(2), 104-112.
- <https://www.transdema-express.com/>
- Huang, R., & Sarigöllü, E. (2014). How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. *Springer*, 113–132.
- Johnson, J. S., & Jaramillo, F. (2017). Meta-analyses in sales research. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, *37*(2), 134-152.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*. 17e, global edn.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Jakarta : Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. “Principles of Marketing”. Pearson Education: England.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management - 15/E, Harlaw, Pearson Education, Inc.
- Kotler, T. Philip, & Gary Armstrong. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: PEARSON.
- Kotler, T. Philip, Gary Armstrong & Marc Oliver Opresnik, (2020). Principles Of Marketing. United, Kingdom: PEARSON
- Maheswari, A. A. I. A., Azhizah, N. D., & Nugraha, I. (2020). Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Tenun Endek dan Songket Desa Telaga Tawang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 371-375.
- Panjaitan, Tika Hapsahroni. 2016. pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian, Bandung: alfabeta
- Pasaribu, R. (2021). Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 33-44.
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik (2nd). Yogyakarta, Indonesia: ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.