

pemasaran produk dengan memakai variabel mediasi untuk menyambungkan pengaruhnya secara kompleks terhadap minat beli outlet retail. “

- b. Masih minim nya pengetahuan tentang harga dan promosi sehingga di penelitian ini mendapatkan hasil yang kurang maksimal di ke dua variabel tersebut.*
- c. Masih kecil nya pengaruh variabel di penelitian ini hanya 45% maka bisa di tambahkan variabel-variabel yang lain untuk memperkuat pengaruhnya terhadap variabel dependen.*
- d. Rekomendasi untuk penelitian yang akan mendatang ialah sampel yang lebih spesifik serta metode yang lebih kompleks untuk mendapatkan hasil yang maksimal terkait pengaruh komunikasi efektif salesman, harga, dan promosi terhadap minat beli outlet retail.*



DAFTAR PUSTAKA

Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1–10.

bab II, 2017. (n.d.).

Hamidi. (2013). Bab Iii Metode Penelitian a. METODE PENELITIAN ILMIAH, 84, 487–492. http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2547/5/BAB_III.pdf

Hanafi, M. I. (2020). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN VIA MEDIA ONLINE BUTUHBAJU.COM.*

Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). *Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>*

Jannah, M. (2018). *Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk Nozy Juice di Kota Banda Aceh. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.*

Logiawan, Y., & Subagio, H. (2014). *Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. Manajemen Pemasaran, 2(1), 1–11.*

Mubarok, N. (2017). *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. I-Economics, 3(1), 73–92.*

Novika, putri wahyu. (2018). *Pengaruh Penerapan SOP dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru di SD Negeri 001 Sekupang Putri. Jurnal Elektornik, 2(1), 30–38.*

Nurul, mas'ud waqiah. (2013). *濟無No Title No Title. Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional, 53(9), 1689–1699.*

Prakoso, W. (2020). *PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN/PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI PT.*

*ANUGERAH JELAJAH INDONESIA LOGISTIC SURABAYA. STIE
MAHARDHIKA SURABAYA.*

Sapti, M. (2019). 濟無No Title No Title. Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi), 53(9), 1689–1699.

Sepang, J., & Joel, G. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(3), 1463–1472. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5895>

Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3).

Susanto, R. H., & Budiarti, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL EVORA SURABAYA. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 7(11).

*Widokarti, J. R. dan P. J. D. (2019).
Konsumen, Pemasaran, Komunikasi, Kontemporer (Tim Redaksi Pustaka Setia (Ed.); Tim Redaks). CV PUSTAKA SETIA.*