

## DAFTAR RUJUKAN

- Adillia Nur Fadillah, H. K. (2021). Pengaruh *Direct Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif *Pizza Hut Deliver*. *Jurnal Manajemen* - Vol. 13 (1) 2021, 1-6.
- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan Model Kano. Yogyakarta: BPFE.
- Anna Fitria, I. H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode . *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 4, April 2017, 1-17.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles Of Marketing*.  
Australia:  
Pearson. Jakarta: Erlangga.
- Dhamesta dan Handoko, Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen, (Yogyakarta: BPFE,2008), h.125
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi *Analisis Multivariate* Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasibuan, C. F. (2020). *The Measurement Of Customer Satisfaction Towards The Service Quality At Xyz Wholesale By Using Fuzzy Service Quality Method*. *IOP Conf. Series: Materials Science And Engineering* (2020) , 1-6.
- Indriantoro, (2013). Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Julian Aryandi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*E-Issn 2723-424x ||Volume||1||Nomor||1||Juli ||2020|| , 117-127.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler dan Keller, K. L. (2007). *A Framework For Marketing Management*.
- Kotler dan Armstrong, 2004, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Philip Kotler, G. A. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran . Jakarta: Erlangga .

- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2014. *Principles of marketing 15<sup>th</sup> Ed.* New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Regina Ramadani Yalanda, A. H. (2019). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee. *Performance. Volume 26 Nomor 1 Tahun 2019*, 27-38.
- Santika, (2020). Pengaruh Persepsi Harga, *Direct Marketing* Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Paket Wisata Bali Di Biro *Tour Dan Travel* Pt. U & I Holidays. *Values. Volume 1 Nomer 3, Agustus 2020*, 28-37.
- Schiffman Dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sofjan, A. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suri Amilia, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017, 660669.
- Swasta, Basu Dan Sukotjo, Ibnu W. 2000. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta:BPFE
- Swastha, B.D.H. (2007). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi (2nd Ed.)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ukaj, F., dan Prof, A. (2016). *Direct Marketing: An Imperative In Building Effective Communication In Hospitality Enterprises*. *European Scientific Journal*, 12(10), 240–248
- Yolamita Putri Nouriani, J. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Langsung terhadap Keputusan Pembelian Di Galeri Aska Tulungagung.

Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 Volume:4 Nomor:2, Desember 2018 , 313-317.

Zoë T. Plakias, I. D. (2019). *Direct Marketing Channel Choices Among US Farmers: Evidence From The Local Food Marketing Practices Survey. Renewable Agriculture And Food Systems*, 475-589.

