

## DAFTAR RUJUKAN

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan L. N. V. (2014). Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, 822– 826.
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Aptaguna, a., & pitaloka, e. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa go-jek. *Widyakala: journal of pembangunan jaya university*, 3, 49-56.
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-108.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Arief adi satria. 2017. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-36. *Jurnal manajemen dan start-up bisnis volume 2, nomor 1*
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyanti, n. M., & astuti, s. R. T. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli ulang (studi pada toko online shopastelle, Semarang). *Diponegoro journal of management*, 5(2), 291-301.
- Astuti, Miguna, et al. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish, 2020.
- Aziz, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengguna Jasa Brt Trans Semarang Di Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi*.
- Bakharudin Yusuf, R. (2019). *Pengaruh Direct Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong “Singkongku” Di Desa Danasari Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Budiarti, I., & Jabar, A. (2016). Pengaruh gaya belajar terhadap hasil belajar matematika siswa kelas VIII SMPN 2 Banjarmasin tahun ajaran 2015/2016. *Math Didactic: Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(3), 142-147.

- Ervandi, M. Z. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(2), 152-161.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. Metode Penelitian Manajemen, Semarang: BP Undip.
- Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1466-1478.
- Firona, W., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Direct Selling Dan Media Sosial Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rokok Sin Herbal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 213-222.
- Fransisca, A., & Wijoyo, H. (2020). Implementasi Metta Sutta terhadap Metode Pembelajaran di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddies. *Jurnal Ilmu Agama dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(1), 1-12.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal AKTUAL*.
- Ghozali. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Haris, D. (2018). Kualitas dan desain produk dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (studi kasus baju dagadu Yogyakarta). *Upajiva Dewantara*, 2(2), 125–139.
- Harita, H. T. S. (2022). *Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing TikTok (Studi pada pengguna aplikasi Tiktok di Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171-184.
- Hasana, H., & Alamsyah, G. F. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE REALME

DI SAMPIT. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 85-93.

Hidayat, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 195-202.

Juran, J.M. 1993. *Quality Planning and Analysis*. Third edition. New York: Mc Graw-Hill

Kotler, P., & Gary, A. (2013). *Principal of Marketing Global Edition*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Kurnia, L., Tresnati, R., & Akbar, M. M. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen*, 1326-1331.

Kurnia, V. T., Damayani, A. T., & Kiswoyo, K. (2019). Keefektifan Model Pembelajaran Number Head Together (NHT) Berbantu Media Puzzle Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 3(2), 192-201.

Kusnandri, A., Mansur, M., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Direct Marketing, Sales Promotion Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Internet Indosat Ooredoo Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 7(7).

Mahanani, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.

Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49-64.

Maulana, S., Puspita, N., & Erfinda, Y. (2022). PENGARUH DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENGGUNAKAN SOCIAL EVENT PACKAGE DI ART DECO LUXURY HOTEL & R. docx. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 10(1), 69-84.

Prasetyo, M. H., & Hasyim, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online. *Nusantara Hasana Journal*, 1(11), 22-32.

- Rachmadita, I. B. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung Dan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Natasha Skin Clinic Center Banjarmasin* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Rahayu, N. (2017). Pengaruh pengetahuan perpajakan, ketegasan sanksi pajak, dan Tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak. *Akuntansi Dewantara*, 1(1), 15-30.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). PENGARUH DIRECT MARKETING, REVIEW PRODUCT, DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59-70.
- Risman, V. P. (2013). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam (Persero) di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 1.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023, August). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 268-279).
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023, August). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING MARKETING SHOPEE (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 268-279).
- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh ekuitas merek, atribut produk dan direct marketing terhadap keputusan pembelian mobil toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tende. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Simanihuruk, P., Sidabutar, R. N. D. R., Tamba, D., Tarigan, I., & Sagala, R. (2023). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN KUALITASPRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN KONSUMEN

PADA LIVE STREAMING MARKETING TIKTOK:(Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 309-323.

Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtyas, N. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, Cashback Promotion dan Discount Flash Sale Terhadap Minat Beli Produk Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627-638.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyadi, S. (2017). *Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan antar Pustakawan*. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2(2), 83-93.

Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *YUME: Journal of Management*, 4(1).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. Andi Offset. Google Scholar

Wisra, M. Y., Mulyadi, M., Nara, I., & Edward, F. (2023). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Pada Live Streaming Marketing Online Shop. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 313-320.

Yalanda, R. R., & Sadeli, A. H. (2019). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 26(1), 27-38.