

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y. (2022). The Importance of Indicators : Product Quality Direct Selling and Advertising in Solving The Problem of The Pizza Hut Purchase During The Covid-19 Pandemic. *Ilomata International Journal of Management*, 3(3), 403–416. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v3i3.492>
- Aqmala, D., Dian, U., & Semarang, N. (1982). 9230-26210-1-Pb (1). 151–164.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Analisis struktur ko-dispersi indikator terkait kesehatan, pusat rasa kesehatan subjek, dan lansia yang tinggal di rumah*.
- Ayu, M., Mustika, C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk. *Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2, 35–46.
- Cochran, S. L., Coughlan, A. T., Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., Ferrell, L. K., & Ferrell, O. C. (n.d.). *Written by Direct Selling*.
- Darmawan, A. Q. (2023). the Impact of Brand Image on Customer. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Dubey Dewan, S. (2020). The Role of Personal Image in Personal Branding. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 118, 29–38. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi118.4146>
- Ersa, V., Raf, M., & Kartika, S. (2021). Pengaruh Direct Selling terhadap minat beli pada produk PT Surya Sentosa Primatama-Daihatsu Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(1), 19–30.
- Firmansyah, F., S, M., Rohman, F., & Khusniyah, N. (2019). *The Concept and Steps of Personal Selling*. 101(Iconies 2018), 225–232. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.43>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE dengan Program IBM SPSS 26*. badan penerbit universitas diponegoro.
- Halwalia Deviani, D., & Artikel, I. (2024). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan

- Loyalitas Merek Terhadap Industri Ritel. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(7), 19–25.
- Hasibuan, reza rahmadi. (2018). *Tenaga Penjual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Import Oriflame Di Spo 1507*. 1–12.
- Hasibuan, W., & Hendra, H. (2024). Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Strategi Pemasaran Global Dalam Konteks Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2648–2653. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13341>
- Hendra, & Elisabeth Nainggolan. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Yang Efektif Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Anak Pada Toko Rezeki Wijaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12–21. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i1.42>
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1434. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>
- Hikmawati, F. (2017). *METODE PENELITIAN*. PT RajaGrafindo Persada.
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Iswati, H., & Lestari, N. indah. (2021). PENGARUH DISPLAY, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK PADA TOKO ONLINE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen*, 11(4), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

- Kadir, A., Ridjal, S., & Sjahrudin, H. (2020). Personal Selling, Sales Promotion, and Intention Revisit: The Mediating Role of Reputation. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6), 1–6. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.645>
- Ketut, S. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN* (R. Erang (ed.); p. 4). ANDI (Anggota IKAPI).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Principles of Marketing sixteenth edition. In *Invasive Bladder Cancer*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing, Global Edition* (19th ed.). Pearson Higher Ed, 2023.
- Kurniawan, F., Studi, P., Stie Bank, M., & Jateng, B. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KINERJA TENAGA PENJUAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING (Studi Kasus Pada Pelanggan CV RAUDAH MULTI TEKNIK). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Kurniawan, W. (2021). Pengaruh Online Marketing Dan Direct Selling Terhadap Minat Beli Produk Fort.Id. *Performa*, 6(2), 143–151. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2074>
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmppsdm.v2i3.374>
- Mandung, F., & Amra, H. W. (2024). *YUME : Journal of Management Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Bisnis Di Grand Toserba Pengayoman Makassar*. 7(2), 1357–1367.
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*.
- Mustofa, R., & Baehaqi, M. (2024). Pengaruh Kenyamanan Transaksi Dan Sales

- Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Fashion Shopee Di Kebumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Tajam*, 07(1), 53–74.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Novarianing Asri, D. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Konsep Diri Remaja (Studi Kualitatif pada Siswa SMPN 6 Kota Madiun). *Jurnal Konseling Gusjigang*, 6(1), 1–11.
- Nurlinda, R. A., Elistia, Simanjuntak, D., & Roespinoedji, R. (2020). Implementation of Discriminant Analysis in Determining Offline and Online Consumer Shopping Behavior in Retail Market. *International Journal of Psychological Rehabilitation*, 24(1), 3186–3193.
- Oktavia, R. T., Katolik, U., & Karya, W. (2023). : *Jurnal Inspirasi Ekonomi Vol. 5 No.1_Maret 2023 | ISSN: 2503-3123 (Online)*. 5(1), 1–10.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rauf, A. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Pada Pt. Sumber Jaya Trans. *Dynamic Management Journal*, 6(2), 102. <https://doi.org/10.31000/dmj.v6i2.6756>
- Rina, A., Slamet, T., & Uah, M. (2023). 3 1,2,3. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 656–664.
- Rogayah, G., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Brand Image dan Hedonic Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Emotional Value. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 83–96.

<https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.8354>

- Salsabiila, D., & Pardian, P. (2023). Pengaruh Pemasaran Direct Selling Terhadap Minat Beli Konsumen Segmen General Trade Di Pt Xyz. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 1719. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10019>
- Santosa, A. D., & Cahyaningtyas, I. D. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 67–73. <https://doi.org/10.37058/jem.v6i1.1484>
- Sekianti, A., & Saepullah, A. (2023). Analisis Pengaruh Tenaga Penjual (Agen) Terhadap Volume Penjualan Polis Asuransi Prudential Pada Pt. Infiniteam Indonesia Di Jakarta. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 56–76. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v7i2.3119>
- Sri Ratih Handayani, Ulul Absor, A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani pada Kalangan Siswa di SMP PGRI Brebes. *STRATEGIK – Jurnal Manajemen*, XI(1), 1–17.
- Suwita, C., & Rintasari, N. (2024). *Digital Marketing , Direct Selling , Lokasi , Bauran Promosi , dan Tingkat Penjualan Pasca Covid-19 Pada UMKM Kawasan Teras Malioboro Yogyakarta*.
- Widarjono, A. (2007). *konometrika: teori dan aplikasi untuk ekonomi dan bisnise. Yogyakarta: Ekonisia*.
- Yu, T.-W., & Tseng, L.-M. (2016). The role of salespeople in developing life insurance customer loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44, 22–37.