

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., Fishbein, M., & Fishbein, M. (2011). Attitudes and the Attitude-Behavior Relation : Reasoned and Automatic Processes. 3283. <https://doi.org/10.1080/14792779943000116>
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Ali Hasan. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Jurnal Indovisi*; Indonesian Indovisi Institute
- Alma, B. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta: Bandung.
- Alma, Buchari. (2020). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Ambardi, A., Musharianto, A., & Aminah, A. (2022). Home of Management and Bussiness Journal. *Home of Management and Bussiness Journal*, 1(2), 60–70. <https://doi.org/10.26753/hombis.v3i2.1467>
- Asih, N. P. I. Y., Mudana, I. G., Susyarini, N. P. W. A., Triyuni, N. N., & Sudarmini, N. M. (2023). Implementation of Direct Marketing to Enhance Meeting Package Purchasing Decisions at Grand Zuri Kuta Bali. *International Journal of Glocal Tourism*, 4(3), 219–234. <https://doi.org/10.58982/injogt.v4i3.497>
- Asroni Prasetyo. (2022). *Pengaruh Promosi, Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepatu Aerostreet*. 1–147.
- Avilla, T., Relioni, Y., Kurniawan, A. P., & Aurelia, P. N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus pada Pelanggan Nanette Brand Partner Oriflame di Kecamatan Kangae. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(4), 12–23.

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Dabur, F., Hubin, T. Y., & Sihalohe, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Batam (Studi Kasus di SPO 1040 Oriflame Munifa Arbie). *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 56–67.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (I). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). In *Journal of Social Research* (Vol. 1, Issue 8, pp. 851–863). <https://doi.org/10.55324/josr.v1i8.175>
- Goh, S. K., Jiang, N. Hak, M.F.A., & Tee, P.L. (2018). Determinants of Smartphone Repeat Purchase Intention Among Malaysians: A Moderation Role of Social Influence and A Mediating Effect of Consumer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Tiktok (Studi pada pengguna aplikasi Tiktok di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Kreatif*

- Dan Manajemen Bisnis Digital, Volume 1(2), 171–184.*
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>
- Kasman, Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnssl Economina*, 2(9), 2274–2293.
- Kotler & Gary Armstrong. 2016. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125.
- Kotler, P., Dan K. L. Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid Satu. Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kurniawan, R., & Suhermin, S. (2023). Influence of Sales Promotion, Direct Marketing, and Personal Selling on Consumer Purchase Intention. *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 186–195.
<https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.357>
- Mefri Yudi Wisra, Mulyadi Mulyadi, Indra Nara, & Febri Edward. (2023). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Pada Live Streaming Marketing Online Shop. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 313–320. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2822>
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafetaria*, 2(2), 15–27.
<https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Nugraha. (2022). Implement Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik (I.A.S (ed.)). Pradina Pustaka.
- Nuri purwanto, Budiyo, S. (2022). *Theory of Planned Behavior*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Pangestuti, I. (2020). *Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, dan Label Hala Terhadap Minat Membeli pada Produk Kecantikan Jafra (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri)*.
- Putri, L. T., Diantara, L., & Yogi, F. (2023). Direct Marketing Dan Price

- Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi L 300 Pada Pt. Suka Fajar Ltd Cabang Bangkinang Kota. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 746–754. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1463>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Rizal Nur Qudus, M., & Sri Amelia, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(2), 20–31. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.207>
- Roisah, R., Khusnaini, K., & Maulyan, F. F. (2024). Pengaruh Direct Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Pada Live Streaming Tiktok (Studi Kasus pada Viewers Live Streaming TikTok Akun Jiniso di Kota Bandung). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 11. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). 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). *Jurnal Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 000, 268–279.
- Sari, E. A., & Wijaya, L. S. (2020). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 16. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2608>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sugiyono. 2014. "Metode Penelitian Bisnis" Edisi Kedelapan belas. Alfabeta.

Bandung.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (2nd Ed). Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)* (4th ed.). Alfabeta.

Sulistiyari, I. N., & Yoestin, Y. (2012). *Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk oriflame (studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Supiyanti, R. (2018). *Pengaruh Bonus Pack dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu Asrama Haji Medan*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/9906>

Syamsudin, M. (2021). *Mahir Meneliti Permasalahan Hukum*. 74–75.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).

Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). *Beli Konsumen ada . Karena banyak sekali pemilik usaha yang berusaha memenangkan persaingan dari produk yang dilihatnya , kemudian muncul keinginan untuk membeli dan dituju dan harga yang sesuai dengan semua kalangan. Memiliki lokasi yang strategis dan m. IX*, 75–84.

Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2017). *Pemasaran Strategik “Mengupas Topik Utama Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing.”* Yogyakarta: Andi offset Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*(4th ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.

Widyarsih, A. R., Cahaya, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). *The Influence Of Brand*

- Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109. <https://doi.org/10.54099/aijms.v2i1.460>
- Wiradarma, I. W. A., & Respati, N. N. R. (2020). Peran customer satisfaction memediasi pengaruh service quality terhadap repurchase intention pada pengguna lazada di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 637-657.
- Yulita Amalia, R., & Fauziah, S. (2019). Perilaku Konsumen Milenial Muslim Pada Resto Bersertifikat Halal Di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 200–218. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.960>
- Zannuba, S. H., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 176-193.
- Zebua, D. I. P., Lubis, T. A., & Fazri, A. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Skin Naturals Micellar Cleansing Water All-In-1 (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Jambi)* (Doctoral dissertation, Manajemen).