

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, *Sales Promotion*, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42–47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Alvian, muhammad shendy, & Prabawani, B. (2020). *PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 1–10.
- Anggraeni, Y. (2021). *PENGARUH ADVERTISING, SALES PROMOTION, WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOPI JANJI JIWA (Studi Kasus Pada Janji Jiwa Jilid 814 Sidoarjo)*. 1–26.
- Astut, Y. (2019). Pengaruh strategi periklanan dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo dengan brand image sebagai variabel moderasi. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 3, 1–9.
- Candrianto. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN “SUATU PENGANTAR.”*
Literasi Nusantara.
- Dr.sudaryono. (2014). *Prilaku Konsumen (dalam prespektif pemasaran)*.
- Hasanah, E. (2010). *Analisis pengaruh pilihan merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian serta dampaknya pada loyalitas pelanggan : studi kasus pada mahasiswa UIN pengguna produk kosmetik sari ayu*.

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3564>

Hernawati, N. D., & Widyawati, N. (2019). Pengaruh Penjualan Perorangan , Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Granit Pada Pt . Garuda Graha Indah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–15.

Kresna, N. (2020). *the Influences of Sales promotion and Direct Marketing on Customer*. 6(2), 1396–1404.

Mirayani, L. (2019). Analisis Penerapan Strategi *Direct Selling* Dan Dampaknya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Karya Pak Oles Tokcer Di Desa Bengkel Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 126.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20084>

Mulyana, M. (2018). *Pengaruh direct selling terhadap brand image*. May.

Norrohmah, P., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2017). *Pengaruh Penjualan Langsung dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. 5(3), 344–351.

Rahmah. (2018). PENGARUH ADVERTISING DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK (Studi pada Konsumen Bukalapak di Bandarlampung). *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.

Saletti-cuesta, L., Abraham, C., Sheeran, P., Adiyoso, W., Wilopo, W., Brossard, D., Wood, W., Cialdini, R., Groves, R. M., Chan, D. K. C., Zhang, C. Q., Josefsson, K. W., Cori, L., Bianchi, F., Cadum, E., Anthonj, C., NIH Office of Behavioral and Social Sciences, Deci, E. L., Ryan, R. M., ... IOTC. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN *DIRECT SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SNACK UMI H. MUSTOFA UJUNGRUSI. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9.
<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884->

z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article

- Sari, D. P. (2018). *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Public Relation, Personal Selling, Direct Selling Dan Gaya Hidup (Life Style) Terhadap Keputusan Pembelian*. 1–36.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Suwandi, Y. (2020). The Influence of Quality of Distribution and *Sales Promotion* to Customer Satisfaction in PT Arasindo. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(2), 120.
<https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2239>
- Ugt, B. M. T., Kcp, S., Sidogiri, U. G. T., & Kanigoro, K. C. P. (2016). *PENGARUH PERSONAL SELLING , DIRECT SELLING DAN HUBUNGAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUASAN NASABAH Studi Kasus pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar*.