DAFTAR PUSTAKA

Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. www.freepik.com

Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, *10*(1).

Batjo, N. (2018). Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian. *Journal of Islamic Management and Bussiness*, *1*(2).

Chandra, E. (2016). Hubungan Direct Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pie Elis. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 4).

Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.

Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.

Dea Farahdiba. (2020). *Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi*. *8*(1), 22–38. https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38

Durahman, S., Syaifulloh, M., Wibowo, W., & A.N.P Darma, W. (2020). Pengaruh Publisitas, Penjualan Tatap Muka Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Volume Penjualan Rumah. *Jurnal Economic Management (JECMA)*, *Volume 1*(1), 53–63.

Edyansyah, T. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. In *JMI* (Vol. 9, Issue 1). http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan

Falah, D. D. N., Gunawan, A. I., & Najib, Moh. F. (2021). Perancangan Aktivitas Pemasaran Umkm Percetakan Melalui Media Katalog. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *8 No 1*(1), 48–56.

Fareza, M. D., Achmad Fauzi, D., & Yulianto, E. (2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi pada PT Adira Quantum Multifinance Point of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| (Vol. 9, Issue 2).

Freddy Rangkuti. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

Hakim, M., & Rahayu, R. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Digital Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung). In *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 2, Issue 3).

Haridas, D. (2024, October 24). *5 Direct Sales Tools To Help MLM Companies Grow Bigger And Faster*. https://www.epixelmlmsoftware.com/blog/5-direct-sales-tools-for-mlm-companies

Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal At-Taqaddum*, *8*(1).

Heryana, A. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. https://www.researchgate.net/publication/329351816

Khoirun Nisa, Ahmad Syihabuddin A.F, Frida Aprilia, & Ayu Lucy Larassaty. (2023). Peranan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada CV Geprek Jon X Papa Risol. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, *1*(2), 99–111. https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i2.249

Lili, A. W., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.

Malaka M. (2014). Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Journal of Al-'Adl*.

Mardhatillah, W., & Junaedi, D. (2021). Implementasi Direct Marketing pada Bank BPR Datagita Mustika. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(1), 165–178. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.374

Mikke R. Marentek, Vekky Supit, & Nancy Henrietta J. Mandey. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. www.polimdo.ac.id

Mubarok, N., & Yolanda Maldina, E. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. In *Nurul Mubarok* (Vol. 3). http://www.pekerjadata.com/2013/11/.html

Muhajir Haris, A., & Priyo Purnomo, E. (2016). Implementasi Csr (Corporate Social Responsibility) PT. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan. *Journal of Governance and Public Policy*, *3*(2), 203–225. https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056

Noviana, A., & Sujarwadi, B. (2019). Strategi Customer Relationship Management "Kios-K" Dalam Meningkatkan Layanan Prima PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi* | (Vol. 3).

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Surakarta.*

Pitaloka, F. A., & Vanel, Z. (2023). Integrated Marketing Communications Lignum Coffee Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *6*(2), 218–231. https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2636

Pramastuti, A. D. (2016). Implementasi Model Discovery Learning Dalam Pembelajaran Tematik Terpadu Kurikulum 2013 Di Kelas IVB SD Negeri Jetis 1 Saptosari Gunungkidul Tahun Pelajaran 2015/2016. *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 8–9. http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/21603

Pratama, R. M., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Pemasaran Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara, Vol 1 No 5*, 7891–7898. https://jicnusantara.com/index.php/jicn

Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliana, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Purba, S., Yusmanizar, & Giwandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*.

Putra, R. A., & Doddy Iskandar. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 141–148. https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3128

Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, *11*(1), 35–40.

Repiyanti, H., Eeng, A., & Dewi, P. N. (2014). Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang (Survei pada Tamu Bisnis di Grand Hotel Lembang). *THE) Journal*, *1*, 2014–2705. www.unwto.org,

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, *17*(33).

Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *3*(2).

Salamah, N., & Isyanto, P. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Telkom Witel Karawang. *JURNAL EKONOMI DAN MANAJEMEN*, *1*(2), 706–714. https://doi.org/10.62710/8m28zx94

Sari, B. A., Nurendah, Y., & Yusdira, A. (2022). Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, *1*(2), 197–202. https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335

Sari, E. A., & Wijaya, L. S. (2019). *Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru*. 16–27.

Septiyani, N., & Putri, I. S. (2024). Transformasi Peran Direct Selling Dan Personal Selling Dalam Era Digital: Studi Kasus Di Industri Retail. In *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* (Vol. 8, Issue 7).

Simanihuruk, P., Natalia Roitona Sidabutar, R. D., Tamba, D., Tarigan, I., & Sagala, R. (2023). Pengaruh Direct Marketing dan Kualitas Produk 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 (JMB)*, *23*, 309–323. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &. D* (19th ed.). Alfabeta.

Syaifulloh, M., Utami, S. N., Riono, S. B., & Indriyani, A. (2021). Pemanfaatan Pemasaran Online Penjualan Telur Asin di Kabupaten Brebes. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *23*(1), 51. https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.487

Tety, H., Harita, S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, *1*(2), 171–184. https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL

Uli, M. S., & Sawitri, D. K. (2024). Analisis Peran Telemarketing Dalam Penawaran Produk Di Perusahaan Trustmedis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *Vol 9 No 5*, 3878–3890.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*, 2896–2910.

Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, *2*(1), 1. https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711