

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M., & Iswanto, H. (2021). The Effect of Design, Brand Image and Personal Selling on Costumer's Loyalty through Customer's Satisfaction: A Study on Darbost T-Shirt's Customers in Jakarta. *Journal of Social Sciences*, 4(1), 99–115.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Aphrodite, N., Ratnasari, I., Ningrum, S. F. W., Puspitasari, N., Rahayu, S., & Putri, Z. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Equity Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Ulang Produk (Studi Pada Pelanggan Kecamatan Cakung). *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 421–433.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Aristayasa, I. K., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 15(2), 90–103.
- Bohra, K., Poojari, G. S., Mandowara, D., Jagle, G. S., & Shingi, G. A. (2020). The Impact of Personal Selling on The Purchasing towards Clothes. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(4), 1197–1201.
- Chernev, A. (2022). *Strategic Brand Management*. Harlow.
- Fakaubun, U. F. K. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 221–234.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Febrianti, L., & Muliawati, N. A. (2023). Strategi Pengembangan Manajemen di Ngasinan Fashion Kediri. *Jurnal Aktualisasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 73–89.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Andreson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 45–56.
- Hardiyana, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, & Marhamah, S. (2022). Pengaruh Content Marketing , Sales Promotion , Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Pada CV Laditri. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research*, 1(2), 75–92.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Media Pressindo.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Huseynli, B., & Mammadova, S. (2022). Determining the Moderator Role of Brand Image on Brand Innovativeness, Consumer Hope, Customer Satisfaction and Repurchase Intentions. *International Journal of Economics and Business Administration*, X(Issue 2), 59–77.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Junaidi. (2021). *Aplikasi AMOS dan Structural Equalition Model (SEM)*. UPT Unhas Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow.
- Kristanto, A. (2018). *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Gava Media.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen*. Mitra Abisatya.
- Lorenza, G., Kumbara, V. B., & Putri, D. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Media Sosial, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Butik Nining Collection. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 1357–1363.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat.
- Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 10(1), 1–14.
- Palit, D. W., Mandey, S. L., & Djemly, W. (2023). Advertising, Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Y.O.U Di Matahari Dept. Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 11(1), 465–476.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Prihatini, W., & Gumilang, D. A. (2021). The Effect of Price Perception , Brand Image and Personal Selling on the Repurchase Intention of Consumers B to B of Indonesian General Fishery Companies with Customer Satisfaction as Intervening Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 6(2), 91–95.
- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (I. N. Sukardhika (ed.); 1st ed.). CV. Noah Aletheia.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. ., Mulyati, Umar, M., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *Komunikasi pemasaran*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2021). 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), 1–12.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Ridhahani. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula* (A (ed.)). Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari.

- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-Gaya Hidup, Trend Fashion, dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 683–690. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9856>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudera Biru.
- Sebastian, A. W., Yuningsih, E., & Palahudin. (2024). The Application of Personal Selling, Word of Mouth and Perceived Quality on Consumer Purchase Interest in Flexible Conduit Products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(1), 155–172.
- Sintya. (2024). Pengaruh Penetapan Harga Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Body Merek WIN Pada PT . Puri Wira Mahkota Medan. *Jurnal UMKM, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 6–15.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Uhamka Press.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)* (empat). Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Suryanto, M. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Kompas Gramedia.
- Syarifuddin, A. S. M. (2023). Pengaruh Penjualan Langsung (Personal Selling) Produk Pakaian Seragam Sekolah Terhadap Minat Beli: Studi Pada Sejumlah Sales di CV Sadar Mandiri. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 170–180.
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Unimal Press.
- Taqi, I., & Muhammad, G. (2020). Brand Loyalty and the Mediating Roles of Brand Image and Customer Satisfaction. *College of Management Sciences*, 15(1), 101–119.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran & Strategi*. CV. Andi Offset.

- Tufahati, N., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). The Impact of Customer Satisfaction on repurchase Intention (Surveys on Customer of Bloomythings). *Journal of Business and Applied Management*, 14(2), 177–186.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel)*. Salemba Empat.
- Vandayani, P., & Yulistia, A. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Tasya Production Bandung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 194–203.
- Wardani, A. K., & Kurnianingsih, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 91–100.
- Wicaksono, A. P., Rachma, N., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Di Toko Distortion Merch Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(18), 130–139.
- Wijaya, A. J. A., & Hapsari, A. A. (2024). Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Sepatu Sneakers Adidas Di Kota Tangerang). *Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(8), 2600–2607.
- Wulan Sari, A., & Susilo, E. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Busana Muslimah Merek Nadheera Luxury Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 2(02), 1–8.
- Pedoman Penulisan Skripsi. (2021). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus