

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, D. A., Purwanto, G. L. A., & Ellitan, L. (2024). Peran Kualitas Integrasi Omnichannel dalam Membentuk Niat Perilaku Generasi Y & Z. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1450-1461.
- Ananta, R., Syamsudin, A. S., Arifuddin, A., & Aini, N. (2021). Analisa Hubungan Screen Time Telepon Seluler Pekerjaan dengan Waktu Tidur pada Masa Pandemi. *Sistem Informasi Dan Komputer*, 10, 150-154.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Basuki, B. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 5443–5457.
- Cocco, H., & Demoulin, N. T. M. (2022). Designing a seamless shopping journey through omnichannel retailer integration. *Journal of Business Research*, 147, 266–276.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah. (2024). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Hamzah, S. A., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh Harga dan Promo terhadap Loyalitas Konsumen Shopeefood Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 119-134.

- Hariyanto, M. D., Yuliana, P., Kamali, S. R., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada konsumen Toko Darussalam Computer Center). *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(1), 1–6.
- Hendriyani, C., & Chan, A. (2018). Understanding the new millennial customer path in the era of omni-channel marketing in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 359-367.
- Kadis, T. S., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Jakarta Timur. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 334-343.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th global ed.). Pearson Education.
- Lestari, K. I., & Harto, B. (2024). Integrasi omnichannel marketing dan content marketing: Kajian kualitatif tentang dampaknya pada loyalitas pelanggan sektor ritel kuliner di Bandung. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3440–3451.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2008). Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi. *Jakarta: Erlangga*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk keperluan usaha waralaba.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(1).
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). Pengaruh harga, produk, distribusi dan promosi terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas pelanggan pada kedai kopi Coffee 19 Café. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 465–493.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150–160.

- Putri, R. A., & Purnama, H. (2023). Penerapan Omnichannel Untuk Caring Pelanggan Indihome Pada Customer Care Telkom Witel Bandung. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 155-165.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2192–2107. S.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak promosi, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161-174.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian* (A. N. Hanifah, Ed., 6th ed.).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian* (A. N. Hanifah, Ed., 6th ed.).
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 247–254.
- Shofiudin, Z. R., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian Teh Pucuk Harum. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 624–633.
- Subawa, N. S., & Sindari, P. S. S. (2023). Pengaruh omnichannel marketing, product assortment dan online customer review terhadap minat beli konsumen Sociolla. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(2), 145–158.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., & Aristayudha, A. N. B. (2020). Pengaruh harga, promosi dan inovasi terhadap loyalitas pelanggan Gojek (Studi kasus pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 75–92.
- Yunita, D., Adam, M., Wahab, Z., Andriana, I., Maulana, A., & Iisnawati, I. (2022). Multi-channel integration: Factor driving satisfaction and customer loyalty in the omni-channel retailing. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 175–182.

Zhang, M., Ren, C., Wang, G. A., & He, Z. (2018). The impact of channel integration on consumer responses in omni-channel retailing: The mediating effect of consumer empowerment. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 114, 100–114.