

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. N., & Irawati, F. E. (2023). Pengaruh Promosi Dan Diskon Pada Keputusan Pembelian di Ada Swalayan Kudus. *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 4(1), 30–37.
- Alim, S., & Dirbawanto, N. D. (2024). Pengaruh Discount Promo dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty (Studi pada Mahasiswa Kota Medan Pengguna Grab). *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan*, 2(3), 137–152. <https://doi.org/10.59061/MASIP.V2I3.769>
- Andrian, Nursal, F., & Jumawan. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Arismayanti, N. K., Andiani, N. D., & Pitana, I. G. (2022). *Digital Marketing: Teori, Konsep, dan Implementasinya dalam Pariwisata*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Azizah, N. F., Puspakaritas, N. F., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56.
- Cahyani, P. D., Welsa, H., & Aji, G. K. (2022). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING, PERCEIVED QUALITY ON BRAND LOYALTY, WITH BRAND TRUST AS INTERVENING VARIABLES ( Study on Tokopedia E-commerce in Yogyakarta). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 677–686. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). *Digital Business and E-commerce Management*. Pearson UK.
- Febri, S., Putra, L., & Dermawan, R. (2023). The Effect of Customer Engagement and Social Media Marketing on Brand Loyalty on Shopee Application User. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1907–1916. <https://doi.org/10.55927/IJBA.V3I5.5719>
- Febrianty, P. A. T., Wardana, I. M., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Gio, P. U., Hermanto, B. I. P., Nazriani, D., & Lubih, R. (2024). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS*. Uwais Inspirasi Indonesia.

- Hamid, R. S., Setiawan, Z., Simanihuruk, P., Napisah, S., Utami, B., Puspitasari, K. A., Sagala, R., Risdwiyanto, A., Harsoyo, T. D., Nuvriasari, A., & Susanto, D. (2023). *ILMU MANAJEMEN PEMASARAN (Pendekatan Praktis Berbagai Teori)* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. In *Pearson Education* (5th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management, 16th edition* (16th ed.). Pearson Education.
- Kraemer, K. L., Dedrick, J., Melville, N. P., & Zhu, K. (2006). *Global e-commerce: Impacts of National Environment and Policy*. Leiden : Cambridge University Press.
- Lamb, C. W., Jr, J. F. H., & McDaniel, C. (2011). *Marketing II* (11th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E - commerce 2020-2021 business.technology.society* (16th ed.). Pearson Education.
- Maharani, P. K., Giantari, I. G. A. K., & Purnami, N. M. (2024). *IMPULSE BUYING FASHION*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021a). DINAMIKA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 1999-2015. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 10(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965>
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021b). DINAMIKA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 1999-2015. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 10(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965>
- Nagle, T. T., Muller, G., & Gruyaert, E. (2024). *The Strategy and Tactics of Pricing A Guide to Growing More Profitably* (7th ed.). Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, an informa business ©. <https://doi.org/10.4324/9781003179566>
- Nurmartiani, E. (2024). *Customer Relationship Management : Teori dan Praktik*. Literasi Insan Cita Publisher.
- Prabowo, F. H., Amalina, R., & Kumalasari, D. (2024). Pengaruh Interaction Dan Price Discount Di Live Streaming Instagram Terhadap Purchase Intention Produk Thrift Dimediasi Oleh Trust. *Agustus*, 11(4), 3692.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*. Deepublish Digital.
- Riyoko, S. (2020). *Buku Dasar Pemasaran* (1st ed.). CV Markumi.
- Safitri, B. A. D., & Azizah, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Enjoyment terhadap Repeat Usage E-Wallet Gopay Melalui Trust Pada Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration Sosial Teknik*, 2(2), 183–202.
- Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*. Nas Media Pustaka.
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Solomon, M. R., & Tuten, T. L. (2017). *Social Media Marketing, 3rd Edition*. SAGE Publications Ltd.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. cv ALFABETA.
- Suhartadi, I. (2024, July 9). *Pertumbuhan E-Commerce Akan Akselerasi Ekonomi Digital*. Investor.Id. [https://investor.id/business/366520/pertumbuhan-ecommerce-akan-akselerasi-ekonomi-digital#goog\\_rewarded](https://investor.id/business/366520/pertumbuhan-ecommerce-akan-akselerasi-ekonomi-digital#goog_rewarded)
- Supriadi, I., & Artanti, Y. (2025). *Partial Least Square: Konsep dan Aplikasi dengan SmartPLS 3.2.8*. Jejak Pustaka.
- Syahbudi, M., Barus, E. E., & Barus, D. S. (2023). *Buku Ajar : Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Merdeka Kreasi Group.
- Wang, H., & Xie, J. (2020). A Review of Social Commerce Research. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(04), 793–803. <https://doi.org/10.4236/AJIBM.2020.104053>
- Yucha, N., Arif, D., & Sevana, B. C. (2024). *Perilaku Konsumen Terkait Loyalitas Pelanggan*. CV. Intelektual Manifes Media.