

DAFTAR PUSTAKA

Asakdiyah, S. (2025). *Membangun loyalitas kunci sukses relationship marketing*. Takaza Innovatix Labs.

Bonavita, A. L. (2025). *Analisis deskriptif kuantitatif e-service quality dan e-satisfaction pada pengguna aplikasi Famiapps (Studi pada Kelurahan Gambir)* [Skripsi, Universitas Bakrie]. Repository Universitas Bakrie. www.repository.bakrie.ac.id

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.

Dewi, L. S. (2025). *Buku ajar manajemen pemasaran*. Takaza Innovatix Labs.

Diansyah, & Andri, O. N. (2024). The influence of digital marketing and sales promotion on repurchase intention with customer trust as a moderating variable. *Journal of Management and Business Strategy*, 3(1), 45–58.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.

Gemina, D., Maulani, M., & Samsuri. (2024). Kepuasan pelanggan memediasi harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 1–12.

Himayati. (2008). *Explorasi dahsyat belanja online*. Elex Media Komputindo.

Ibrahim, A. (2023). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis Islam*. PT Bumi Aksara.

Khoirunnisa, S., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2024). Pengaruh Shopee Paylater dan promosi flash sale terhadap impulse buying melalui kepercayaan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pengguna marketplace Shopee di Mojokerto). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(4), 161–178.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th Global ed.). Pearson Education.

Loudon, D. L., & Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer behavior: Concepts and applications* (4th ed.). McGraw-Hill.

Meidiani, W. (2024). *Pengaruh promosi free shipping dan same day delivery terhadap repurchase intention melalui customer trust sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Alflagift di Jakarta* [Skripsi, Universitas Bakrie]. Repository Universitas Bakrie.

Munte, Y. S., Ginting, P., & S, B. K. (2020). The influence of trust and sales promotion on repurchase intention through consumer satisfaction in doing online shopping in Medan City. *International Journal of Research and Review (IJRR)*, 7(4), 114–121.

Nathanail, E. G., Gavanas, N., & Adamos, E. (2025). *Climate crisis and resilient transportation systems*. Springer Nature.

Nur, A. M., Ghalib, S., & Utomo, S. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli yang dimediasi oleh kepercayaan pada pelanggan Indihome di Kota Palangka Raya (Studi emperis pada PT. Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 160–169.

Oktaviansyah, Y. D. (2021). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Corner Coffee di Kab Jember* [Skripsi, Politeknik Negeri Jember]. Repository Politeknik Negeri Jember.

Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Pemasaran dasar 2*. Salemba Empat.

Pratiwi, I. (2020). *Strategi pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah*. Penerbit Andi.

Rachmad, Y. Z., & Djawoto. (2023). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(8), 1–18.

Rahmat, A. (2020). *Metodologi penelitian pendekatan multidisipliner*. Ideas Publishing.

Rosyidah, M. (2022). *Pengaruh Islamic Marketing, Digital Marketing, dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Batik Wido Kencana Kabupaten Karanganyar)*[Skripsi, IAIN Salatiga]. E-Repository Perpustakaan IAIN Salatiga.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (9th ed.). Cengage Learning.

Silvia, M. A., Bahrawi, A., & Suprpto, Y. (2023). *Manajemen pemasaran*. PT Global Eksekutif Teknologi.

Suhardi, D. (2021). Pengaruh promosi, inovasi, harga, terhadap pembelian ulang di toko oleh-oleh haji dengan loyalitas sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 583–588.

Swastha, B., & Handoko, T. (2012). *Manajemen perilaku konsumen*. BPFE Yogyakarta.

Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada 200 Café and Food di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(1), 1–7.

Zulaihah, P. (2021). *Pengaruh sales promotion dan service quality terhadap minat beli ulang konsumen dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada McDonald Malang* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. Repository UIN Malang.