DAFTAR PUSTAKA

Agustini, P., Choiriyah, & Fadilla. (2019). *Analisis Peran Aplikasi Alfagift Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang (Studi Kasus Toko Alfamart Cabang Mayor Ruslan)*. https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.114

Ahmadi, F., Sunyoto, & Ardiansari, A. (2018). *Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang*. https://doi.org/10.35475/riptek.v12i2.7

Alma, B. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.

Almunaf, D. I., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*. https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i3.59737

Belch, G. E., Belch, M. A., & Guolla, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (7th Canadian ed.). McGraw-Hill Education.

Chen, C.-C., & Yao, J.-Y. (2018). What drives impulse buying behaviors in a mobile auction? The perspective of the Stimulus-Organism-Response model. *Telematics and Informatics*, *35*(5), 1249–1262. https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.02.007

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Cet. ke-3). PT Citra Aditya Bakti.

Hasibuan, M. S. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.

Hermawan, A. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. PT Buku Seru.

Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). *Analisis Gaya Hedonis Status Sosial Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. CV. Media Sains Indonesia.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Koot, J. W. (2007). *Efektivitas Organisasi: Teori dan Praktek*. Gadjah Mada University Press.

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

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Erlangga.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Khalifah Mediatama.

Lee, C.-H., & Chen, C.-W. (2021). Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the Stimulus-Organism-Response framework. *Information*, *12*(6), 241. https://doi.org/10.3390/info12060241

Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, *2*(2), 476–490. https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326

Muarifah, I. N. (2020). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Transmart Rungkut Surabaya*.

Nuraeni. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online Grab (Studi kasus pada mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(1), 94–100.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, *64*(1), 12–40.

Putri, Kadunci, & Rosalina, E. (2024). *Pengaruh Customer Experience dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi E-Commerce Minimarket Alfagift*. https://doi.org/10.32722/jap.v5i2.7005

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. C.V. Andi Offset.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suryadi, S., Samboro, J., & Yunianto, D. R. (2023). Analisis faktor project based learning melalui grand teori S-O-R pada manajemen pemasaran. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, *10*(1), 34–40. https://doi.org/10.33795/jabh.v10i1.4126

Tbk., P. T. S. A. T. (2024). *Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan 2023*. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Tbk., P. T. S. A. T. (2025). *Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan 2024*. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. C.V. Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi ke-4). Andi.

Xu, X., Wu, J.-H., & Li, Q. (2020). What drives consumer shopping behavior in live streaming commerce? *Journal of Electronic Commerce Research*, *21*(3), 144–167.