

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M. M. F., dan D. Purbawati. 2020. "Pengaruh e-security dan e-service quality terhadap e-repurchase intention dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada konsumen e-commerce Lazada di Fisip Undip." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9 (1): 93–100.
- Amin, M. R. M., A. Asbi, V. M. Sivakumaran, J. Kim, dan E. Septiarini. 2025. "Artificial Intelligence (AI) Adoption in Marketing Strategies: Navigating the Present and Shaping the Future Business Landscape." *Social Sciences & Humanities Open* 12: 102048.
- Ananda, Aria. 2025. "Studi SETI Sebut AC sebagai Beban Energi Terbesar Bangunan." *Antara News*.
<https://www.antaranews.com/berita/5271221/studi-seti-sebut-ac-sebagai-beban-energi-terbesar-bangunan>.
- Andika, A. W., V. S. Adoe, D. L. Idris, W. Laksniyunita, dan P. Parmini. 2026. "Model Bisnis Hybrid: Integrasi Toko Offline dan Marketplace Online di Era Omnichannel." *Jurnal Lentera Bisnis* 15 (1): 1842–1851.
- Anoop, T. S., dan Z. Rahman. 2025. "From Brick and Mortar to Omnichannel: A Mixed-Method Exploration of Impulse Buying Research." *Journal of Consumer Marketing*.
- Aprileny, I., A. Rochim, dan J. A. Emarawati. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan." *Jurnal STEI Ekonomi* 31 (2): 60–77.
- Ardani, W. 2022. "Pengaruh Digital Marketing terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2 (1): 40–47.
- Arifiyani, F. C., dan H. Pramaditya. 2023. "Peningkatan Efektivitas Pemasaran pada Usaha Retail melalui Digitalisasi Katalog dengan Microsite." *Journal of Information System and Application Development* 1 (1): 19–28.
- Astuti, Y. D., Z. Zahara, dan B. Parubak. 2021. "Bauran Promosi terhadap Pembelian Kembali Produk Elektronik PT. Diva." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 7 (1): 88–96.
- Auliya, A. D., dan I. M. N. Yasin. 2026. "Transformasi dan Analisis Strategi Pemasaran Ritel Gadget dalam Menghadapi Disrupsi Digital: Studi Kasus Toko Nasa Cell." *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 4 (1): 985–995.

- Ayunani, N. A., Y. Varadina, dan A. N. Octavia. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan." *Solusi* 21 (3): 290–299.
- Azmi, A., S. N. Wahab, A. B. Abdul Hamid, N. Mohamed Sayuti, dan E. Medjedel. 2025. "AI-Powered Marketing Strategies: Elevating E-Commerce Brand Recognition in Malaysia." *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal* 25 (3): 157–173.
- Budiarno, B., I. B. N. Udayana, dan A. Lukitaningsih. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19 (2): 226–233.
- Capatina, A., M. Kachour, J. Lichy, A. Micu, A. E. Micu, dan F. Codignola. 2020. "Matching the Future Capabilities of an Artificial Intelligence-Based Software for Social Media Marketing with Potential Users' Expectations." *Technological Forecasting and Social Change* 151: 119794.
- Caroboka, R. M., R. S. Zianaida, dan B. Zabir. 2023. "Perilaku Komunikasi Pemasaran Online Offline melalui Omnichannel dalam Membangun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *JSIKOM* 2 (3): 67–73.
- Chaffey, Dave, dan Fiona Ellis-Chadwick. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Creswell, John W. 2013. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dalimunthe, G. P., dan G. A. Nurunnisha. 2023. "Showrooming dan Webrooming: Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Darma Agung* 31 (5): 110–115.
- Databoks. 2023. "10 Wilayah dengan Suhu Terpanas di Indonesia Awal Oktober 2023." <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/790a8b22dcc69bb/10-wilayah-dengan-suhu-terpanas-di-indonesia-awal-oktober-2023>.
- Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. 2016. *Pedoman Penyusunan Tesis*. Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro.
- Ha, H., dan C. P. Chuah. 2023. "Digital Economy in Southeast Asia: Challenges, Opportunities and Future Development." *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal* 23 (1): 19–35.

- Hadi, A., Y. Ristianawati, dan I. R. Fitriati. 2025. "Customer Experience melalui Strategi Omnichannel: Studi pada Industri Ritel di Semarang." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 9 (2).
- Hafidhoh, N. A. 2025. *Pengaruh Strategi Omnichannel dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Customer Experience sebagai Variabel Mediasi pada Indomaret*. Disertasi doktoral. Universitas Islam Raden Rahmat.
- Kerlinger, F. N., dan H. B. Lee. 2000. *Foundations of Behavioral Research*. 4th ed. Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers.
- Khalid, B. 2024. "Evaluating Customer Perspectives on Omnichannel Shopping Satisfaction in the Fashion Retail Sector." *Heliyon* 10 (16).
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education.
- Kurniawan, S. A., P. Tjong, L. Afiati, N. N. Amien, R. D. Sari, F. I. Lestari, dan F. A. Fattah. 2025. *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara.
- Levy, Michael, dan Barton A. Weitz. 2012. *Retailing Management*. 9th ed. McGraw-Hill.
- Li, Z., L. Chai, D. Wang, dan H. S. Jin. 2025. "Optimal Omnichannel Configuration: The Effects of Coupon Promotion." *International Journal of Retail & Distribution Management* 53 (9): 821–837.
- Maulidar, M. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Brunei Elektronik Meulaboh di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Manajemen Bisnis* 18 (3): 297–307.
- Maulidiah, E. P., S. Survival, dan B. Budiantono. 2023. "Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Economina* 2 (3): 727–737.
- Mauludin, M. S. 2022. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1 (1): 108–123.
- McKinsey & Company. 2021. *The Rise of Digital Shopping in Southeast Asia during COVID-19*.
- Melović, B., M. Jocović, M. Dabić, T. B. Vulić, dan B. Dudic. 2020. "The Impact of Digital Transformation and Digital Marketing on the Brand Promotion,

Positioning and Electronic Business in Montenegro.” *Technology in Society* 63: 101425.

Nielsen. 2020. *How COVID-19 Is Changing Consumer Behavior in Indonesia*.

Ningrum, M. H., dan M. A. Ahmadi. 2025. “Dampak Perilaku Showrooming dan Webrooming pada Perbandingan Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2 (1): 1080–1089.

Nurhikmat, A. 2022. “Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan Harga dan Kualitas Produk: Literature Review.” *KarismaPro* 13 (2): 75–86.

Octa Dwi, D. 2025. *Pengaruh Physical Evidence dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Air Conditioner pada CV Redy Teknik Lampung*. Skripsi.

Pranindyasari, C., dan C. M. Uscha. 2025. “The Role of Omnichannel Retailing on Customer Retention Mediated by Brand Experience in Cosmetics Retail: SOR Approach.” *Journal of Marketing Innovation (JMI)* 5 (1).

Putra, Y. P., H. Oktoyoki, A. Susanto, M. I. Kamil, A. Erlansari, D. Arrahman, dan S. Mardiana. 2025. “Pelatihan Omnichannel Marketing bagi Petani Hutan: Meningkatkan Pemasaran Produk HKm Trisetia.” *Konferensi Nasional Literasi Digital dan Kerelawanan (KNLDK III)* 2025 3: 90–97.

Rahayu, S. 2024. “Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya* 3 (1): 109–113.

Rahman, M. A., dan M. A. Hidayat. 2021. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Berbelanja Produk Elektronik secara Daring dan Luring.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 19 (3): 55–68.

Rejón-Guardia, Francisco, dan Cuauhtemoc Luna-Nevarez. 2017. “‘Showrooming’ in Consumer Electronics Retailing: An Empirical Study.” *Journal of Internet Commerce* 16 (2): 174–201.

Rezeki, S., M. Rinaldi, I. Gustina, dan A. Lodian. 2022. “The Influence of Consumer Behavior and Prices on Consumer Decisions to Buy Products at PT. Daikin Airconditioning Indonesia.” *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen* 8 (2): 284–295.

Sharma, N., E. Acquila-Natale, N. Dutta, dan Á. Hernández-García. 2025. “A Tale of Stores and Screens: Unveiling Consumer Behaviour in

Omnichannel Retailing through the Lens of Behavioural Reasoning.”
Electronic Commerce Research and Applications 70: 101480.

Sholikhah, A. F., dan H. Hadita. 2023. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur.” *Jurnal Economina* 2 (2): 692–708.

Statista. 2022. *Revenue in the Consumer Electronics Market in Southeast Asia*.

Strauss, Judy, dan Raymond Frost. 2016. *E-Marketing*. Pearson.

Sutiani, S. 2023. “Analisis Perilaku Konsumen sebagai Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk pada Toko Retail.” *Guna Sewaka* 2 (2): 110–123.

Suwarno, B., A. Prasetyawan, dan M. Abbas. 2023. “Customer-Based Brand Equity, Company Reputation and Product Quality Effect on Customer Loyalty: Air Conditioner Retail Market in Medan.” *International Journal of Science, Technology & Management* 4 (1): 44–53.

Utomo, S. B., E. Nurhayaty, P. Harsono, dan E. Susilo. 2023. “Analisis Pengaruh Country of Origin dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Pembelian melalui Evaluasi Produk: Studi Kasus Distributor Elektronik Maspion.” *Jurnal EMT KITA* 7 (4).

Wardhana, A. 2024. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Eureka Media Aksara.

Widjaja, A., dan A. S. Santoso. 2020. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Elektronik secara Online di Indonesia Pasca Pandemi COVID-19.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 18 (2): 132–145.

Widjaja, Y. G., I. G. So, R. Setiowati, dan A. Furinto. 2022. “The Influence of Channel Integration Quality on Omni-Channel Shopping Intention and Shopper Satisfaction in the E-Commerce Industry in Indonesia.” *Journal of Distribution Science* 20 (12): 35–42.

Yunita, D., A. Maulana, dan S. Malinda. 2025. “The Central Role of Satisfaction in Shaping Customer Loyalty: Insights from Omni-Channel Retailing.” *Jurnal Economia* 21 (3): 354–372.

Zhang, X., Y. Park, J. Park, dan H. Zhang. 2024. “Demonstrating the Influencing Factors and Outcomes of Customer Experience in Omnichannel Retail.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 77: 103622.