

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention Konsumen pada Sociolla. *ProBank*, 1(1), 64–74. <https://doi.org/10.36587/probank.v1i1.1174>.
- Amruddin, D., Priyanda, R., & Agustina, T. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anam, K. Fazizah, A. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Ayo Src, Pembinaan Program Src Dan Keberagaman Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Klontong Di Kabupaten Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4), 912-922
- Anisa, Putri Rahayu. (2021). Penerapan Omnichannel Marketing Pada Bisnis Ritel Toko Nobby Cabang Palangkaraya. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya* <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id>.
- Annisa, R., Setiawati, L., & Senalajari, W. (2021). Analisis Niat Beli Konsumen Terhadap Berbelanja Omnichannel Pada Industri F&B. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1035–1041.
- Arifianto, E. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Ahmad Yani Padang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–256.
- Atfianto, D., & Nuraeni, N. (2024). PEMANFAATAN INSTAGRAM DAN WEBSITE DALAM PEMASARAN DIGITAL UMKM JAMU KELURAHAN LATEK BANGIL PASURUAN. *PROFICIO*, 5(1), 600-605.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi*.
- Astuti, O.P. Fazizah, A. (2023). Membangun brand love melalui digital sensory marketing: dimediasi oleh brand experience (Studi pada konsumen J.CO Donuts & Coffe Malang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4): 131–141.
- Anandita, A. W., & Sulhan, M. (2024). PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA. *PROFICIO*, 5(1), 875-880.
- Beck, N., & Rygl, D. (2015). Categorization of multiple channel retailing in Multi-, Cross-, and Omni-Channel Retailing for retailers and retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 170–178. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.08.001>
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik (Vol. 7, Issue 1).
- Elvira, N. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Skripsi Oleh Nurita Elvira Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri.
- Fadilah, K. Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Resiko Investasi terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2 (3), 164-175.
- Farikha, A. Fazizah, A. (2023) Pengaruh Digital Marketing Dan Service Quality Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel

- Mediasi (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Cempaka Prigen Pasuruan). *Jurnal Spektrum Ekonomi*. Vol 7, No 9 September 2024, Hal 29-39.
- Fazizah, A. Agustin, N. F. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan AKuntansi* 3 (3), 137-152
- Fazizah, A. Gunatrayana, I. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam *membentuk* Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur JIABI – Vol. 4 No. 1.
- Fazizah, A. Sukoharsono, E. G. (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). *Profit: Jurnal Administrasi* Vol. 10. No 2.
- Frazer, M., & Stiehler, B. E. (2014). Omnichannel Retailing: the Merging of the Online and Off-Line Environment. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 655–657.
- Ghozali. dan Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. In PT Sonpedia Publishing Indonesia. 106
- .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* 17. Pearson Education. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Laura, N., & Afivah, M. (2022). Pengaruh Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli UMKM di Sepanjang Jalan Semangka. 6, 2624–2631.
- Mareta, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Di Kota Jombang (The Effect Of Price And Product Diversity On Purchasing Intention In Traditional Markets).
- Maula, F. Fazizah. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, Privasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Fintech Flip (studi pada Pengguna Aplikasi Flip Di Akun Instagram Flip_ID). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4). 131-141.
- Miftach, Z. (2018). Penelitian Kuantitatif Menggunakan SEM PLS. 37–54.
- Mun'im, N.N, Fazizah, A. (2023). Pengaruh green storytelling marketing dan elektronik word of mouth terhadap purchase intention melalui brand equity pada produk NPURE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4). 131–141
- Munthe, W. E. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Toko Atong Collection di Kota Medan.
- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2022, December). Strategy for Strengthening the Economy of Local Communities Through Business Guidance and Assistance in SME Community of Indonesian Student Entrepreneurs Association. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 436-443).

- Nuraeni, N., & Santia, D. A. (2024). Market Sensing Capabilities, Inovasi Produk sebagai Peningkatan Competitive Advantage pada UMKM Produk Pangan Olahan Terkemah Kecamatan Tukur. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 339-348.
- Nuraeni, N., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. Unveiling the Nexus: Exploring The Dynamics Of Corporate Governance, Capital Structure, Investment Opportunities, And Bank Performance In Indonesian Stock Exchange's Publicly Listed Commercial Banks (2018-2022)—A Moderated Analysis Incorporating Credit Risk.
- Nuraeni, N., Saifi, M., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. (2024). The Impact of Corporate Governance on Capital Structure, Investment Opportunity Set, and Bank Performance: The Role of Credit Risk as a Moderating Variable. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1172-1196.
- Rosadi, M. I., Huda, M., Hakim, L., & Sugiharto, B. H. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Ma Miftahul Ulum Puntir. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 9(2).
- Saputra, S. Fazizah, A.. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di Indonesia. *Journal of Management Sciences*, 3 (3), 143-152.
- Setyasih, D. M. (2021). Implementasi Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Retribusi Pelayanan Di UPTD Kesehatan Puskesmas Dan UPTD Kesehatan Laboratorium Kesehatan Daerah di UPTD Kesehatan Puskesmas Puspo (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Nugroho, S. P. N. S. L. E. P. T. (2023). Pengaruh Omnichannel Integration Quality Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Di Surakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 1(2), 13–25.
- Payne, A. (2014). *The Essence of Services Marketing (Pemasaran)*. Andi.
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Culture Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1349–1355.
- Razak, Abdul, Palilati Alida, dkk. (2016). Customer Income Role As Moderation Variable Of Omnichannel Integration Effect On Customer Loyalty In Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk. In *Southeast Sulawesi. The International Journal Of Engineering And Science (IJES)*, Vol 5, Issue 3. Pp. 58-64.
- Rhadiyah, M. M., & Indrasari, M. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sepatu STWO Surabaya. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*. 27, 36–47.
- Rigby, D. (2011). The Future of Shopping. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2011/12/the-future-of-shopping>
- Rofiah, C. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Di Lereng Tambora. *Jurnal EKSEKUTIF Volume*, 17(2), 196–211.

- Safitri, Y., & Sufi, S. (2023). Pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada pedagang di pasar cunda kota lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6 (1), 1.
- Sharma, S., Bhardwaj, S. K., & Kishor, J. (2023). An evaluation model for measuring the impact of omnichannel information processing on digital shopping decision. *International Journal of Procurement Management*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijpm.2021.10043988>
- Shinta, R., Khalid, M., Khairul, H., & Miftahul, H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kabupaten Pasuruan. *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 3.
- Simanjuntak, Nasarethsamosir, E., Indah, T., & Simamora, S. (2022). Pengaruh Store Atmosphere , Product Assortment dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Lottemart Center Point Medan. 3(4), 835–840.
- Simatupang Britto E, Romindo M Pasaribu, Agus N Simanjuntak, Herry D.S Pasaribu, Vinsensius Matondang. (2021). Kepercayaan Konsumen Memediasi Omnichannel Integration Quality Pada Loyalitas Pelanggan di PT Pegadaian (Persero) Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) Vol 3, No 2, November 2021, Hal 67–77. ISSN 2685- 869X*
(media online) DOI 10.47065/ekuitas.v3i2.1057.
- Sousa, R., & Voss, C. A. (2016). Service Quality in Multichannel Services Employing Virtual Channels. *Journal of Service Research*, 8(4), 356–371.
- SS Saputra, A Fazizah. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di indonesia. *Journal of Management Sciences*, 3 (3), 143-152.
- Subawa, N. S., Shinta, P., & Sindari, S. (2023). Pengaruh Omnichannel Marketing , Product Assortment dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Sociolla. 06(2), 145–158.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Taufique Hossain, T. M., Akter, S., Kattiyapornpong, U., & Wamba, S. F. (2017). *The Impact of Integration Quality on Customer Equity in Data Driven Omnichannel Services Marketing*. *Procedia Computer Science*, 121, 784– 790. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.101>
- Wirtz, J., & Chris. (2016). *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. In World Scientific (8th ed.).
- Wusko, A. U. (2024). A OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN KRIPIK BUAH LEVINA DI DESA SUMBER PASIR KEC. PAKIS KAB. MALANG. *PROFICIO*, 5(1), 887-896.
- Zein, A. F., Karnadi, & Yudha, P. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Melina Panji. 2(9), 2077–2096.

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. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 181–193. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.02.002>.

