

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, E., & Hakim, J. R. (2025). Economics and Digital Business Review Pengaruh Lifestyle , Kualitas Produk , Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z ( Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang ). 6(1)
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Dwi, N., Hanna, M., & Kalangi, E. (2024). Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS), Vol. 01 No.01 Februari 2024 LPPM STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–17.
- Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). *Neraca Neraca*. 1192, 304–317.
- Fahlevi, R. A., Bhayangkara, U., Raya, J., & Author, C. (2024). *SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PERUMDA TIRTA*. 2(3), 2727–2735.
- Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan Web E- Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, 4(1), 361–372. <https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6330>
- Fujawati, E., Susnita, T. A., & Ratnasari, N. (2024). Strategi Harga dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Industri Roti. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(1), 11–21. <https://doi.org/10.56916/jimab.v3i1.537>
- Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor Relationship of Product Quality With Customer Satisfaction in Bogor’S Kopilao Restaurant. *Jurnal Visionida*, 6, 60–72.
- Gustaman, G., & Suzana, A. J. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Di Shopee*. 8(Stabek 8), 324–339.
- Herlina, & Destriana Widyaningrum. (2022). Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 481–492. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.605>
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer

- Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Lone, R. A., & Bhat, M. A. (2022). Product Quality and Customer Loyalty: A Review of literature. *International Journal of Marketing and Technology*, 12(06), 1–21.
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *KOHESI: Jurnal Multidisplin Saintek*, 1(12), 41–50. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/1311>
- Manik, C. D., & Simaptupang, Y. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan. *PERKUSI: Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia*, 3(December), 38.
- Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Melawati, A., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Belanja Online Shopee: *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3015–3033. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.2716>
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Nguyen, H. P., Mai, H. T. A., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *Heliyon*, 10(15), e35743. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35743>
- No, V., Hal, J., & Rahayu, S. (2023). 705-Article Text-2094-1-10-20230110. 2(1), 109–113.
- Oktavyana, K., Habra, M. D., Fikri, M. H., & Siregar, H. (2024). Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna TikTok Shop Pada Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam). *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 1016. <https://doi.org/10.37531/mirai.v9i1.7271>

- Pahmi. (2024). *Kualitas dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Makassar: PT Nas Media Indonesia.
- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Kuliner Di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 383. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5329>
- Purwanto, Nuri. (2021). *Dinamika Fashion Oriented Impluse Buying*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ratnaningtyas, Paays, J. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Salad Nyoo Daerah Istimewa Yogyakarta ( DIY ) Analysis Of Consumer And Product Behavior On The Purchasing Decisions Of Salad Nyo Daerah Istimewa Yogyakarta ( DIY ). *Ebbank*, 13, 1–8.
- Ratnasari, A. D., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2022). *PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI Z ( Studi Pada Pengguna Shopee ) Pendahuluan Pada era globalisasi ini , perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang Hasil dari survei yang dilakukan Asosia*. 11(3), 576–586.
- Ratnasari, Desi. (2023). *Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
- Rizky, I., & Mahfudz, A. (2022). Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5(6), 1–10.
- Satrija, Fadjar., dkk. (2024). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: IPB PRESS
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk

- Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Pengaruh Pemasaran Digital Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Di E Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran)* , 5(3), 135–147. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Sri, A., Hartiati, N., & Nurkhayati, I. (2023). *Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at PT Berkah Samudra Logistik Semarang*. 24, 221–232.
- Sudiantini, Dian. Jacynda, A., Sityowati, A., & Efendy, B. (2023). Pengaruh Kualitas Dan Harga Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 214–221. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sukma IP, & Siregar S. (2024). Pengaruh Sales Promotion dan Live Streaming Shopping Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Generasi Z Pengguna Shopee di Kabupaten Bekasi). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11426–11439.
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Suryani Putri, A., C. Widayanti, C., & Hikmah Perkasa, D. (2023). Pengaruh Service Quality, Servicescape, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru (Studi Kasus Pada Toko Indomaret Drive Thru Jakarta Barat). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(3), 73–81.
- Syafrianita, N., Asnawi, M., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.
- Syarif, M. I., Hannum, M., Wahyuni, S., & Nurbaiti. (2023). Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis di Indonesia. *Journal of Computers and Digital Business*, 2(1), 11–14. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>

- Tonce., dkk. (2022). *Minat dan Kepuasan Pembelian: Tinjauan Melalui Presepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Jakarta: Adab.
- Tran, H. U. Y. M. (2024). *E- COMMERCE INFLUENCE ON GEN Z ' S ONLINE IMPULSIVE BUYING IN HO CHI MINH , VIETNAM : A LITERATURE REVIEW*. May, 154–167. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11146405>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Jurnal Agora*, 9(2), 1–5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11578>
- Yansahrita, Y., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry di Wilayah Oku Timur. *ECo-Buss*, 6(1), 410–417. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.887>
- Yuliza, M., Mursalini, W. I., Almasdi, Yeni, A., & Nelnis. (2022). Pengaruh kualitas produk dan e commerce terhadap kepuasan konsumen pada Azzahra Cake di Kecamatan Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 06(02), 1–14. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/5828>