

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). Pengaruh 4P Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare. *Prosiding SENAPENMAS*, 1311. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15204>
- Aulia, D., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Pada E-Commerce Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 961–977. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3462>
- Anang Firmansyah. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Deepublish Publisher. Yogyakarta
- Amirullah. 2021. Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester. Indomedia Pustaka. Sidoarjo
- Ekawati, A. P., & Nuryasti, N. P. (2023). Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan di Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 134–141.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fadhilah, L. A., Wulandari, C., & Afni, S. N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Danaffiliate Marketingakuninstagram @Nazwaadinda\_ Terhadap Minat Pembelian Produkpada Followersnya. *Nivedana: Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(2), 98–109.
- Ferrary, D. L. M. J. T. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan , Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Platform Tiktok Shop. *FORBISWIRA: Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 127–141.
- Firjatullah, T. S., Febrianti, L. V. N., Putri, S. N. P., Wainggai, D. H. M. L., & Nurcahyo, F. S. A. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Lingkungan

Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 36–42. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p36-42>

Kinanti Putri Bestari, Muhammad Arif, M. I. (2023). *PENGARUH PROMOSI SHOPEE AFFILIATE , PROMOSI BELLOW THE LINE , DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE ( STUDI KASUS MAHASIS*

*WA PENGGUNA*. 8(30), 856–870.

Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 9 (24), 607– 615. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10435517>

Muhammad latif, uju suji'ah. (2021). kpuasan konsumen atas kualitas pelayanan rumah makan griya dahar mbok sum. *Competency of Business*, 5(2), 51–66. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>

Nilam, O., Sari, A., Pada, D., & Ekonomi, F. (2018). *JEMI Vol.18/No.2/Desember/2018* 107. 18 (2), 107–118.

Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 767–776. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3407>

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E- commerce Kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76–89. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3568>

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.77>

Setyawati, M. R., Rohaeni, N. W., & Woelandari, H. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8 (02), 2159–2166.

Sutandi, M., Fauzi, A., Caesar, L., Putri, N. N., Shava Viola, D., Rhamadina, O., Putri, I., & Abrar, Z. (2024). Analisis peran Affiliate Marketing dalam

- Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal). *Dinasti Review*, 5(3), 197–207. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Promosi Media Sosial Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Tiktok- Shop Di Gedung Pulomas Office, Jakarta). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Wahab, Z., Shihab, M. S., Hanafi, A., & Mavilinda, H. F. (2018). The influence of online shopping motivation and product browsing toward impulsive buying of fashion products on a social commerce. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(1), 32. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i1.1030>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro
- Kotler dan Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Ahmad, W., Arbanur, R., & Nasser, H. A. (2023). *Shopping Life Style Penentu Kepuasan Konsumen*. 5(2), 341–349.
- Aprillia Darmawangsa, S. Yanthy Y. (2020). *pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah jakarta timur*. 1(1), 15–30.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (n.d.). *MAYBELLINE DI KOTA PADANG*.
- M. Nur Hakim, Akhmad Suharto, J. R. (2021). *AANALISISsKUALITASsPRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN KUALITASPELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tulangl Lunak Cak Sani Jember)*. 2.
- Nugroho, B. A., Pattiata, D. N., & Hellyani, A. (2024). *Pengaruh Affiliate marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus pada Tokopedia )*. 4, 109–118.
- Nur, S. W., Hermawan, H., & Winahyu, P. (2023). Pengaruh Media Sosial Sebagai Digital Marketing Terhadap Penguatan Brand Awareness Pada Umkm Salad Alvi. *Growth*, 21(1), 112. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2817>
- Prayogo, F. D., & Srihandayani, C. M. (2022). *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE , SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA TOKOPEDIA DI DESA JOTANGAN*. 3(2), 42–52.
- Shinta, N. P., Maduwinarti, A., & Nasution, U. C. M. (2024). *Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Reviews TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z*. 10 (1), 44– 52.

- Supangkat, A. H. (2017). pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6 (September), 1–19.
- Vanny, G., & Tua, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV . CITRA NAULI ELECTRICSINDO. 1* (4), 140–154.
- Vicalina Trinatalia Pasaribu, Achmad Zaki Yamani, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Shopping Lifestyle, dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger). *J-MAS*, 7(2), 1133–1138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.709>
- Khusnul khotimah, Muhammad jalari. (2021). *Maker: Jurnal Manajemen MENGUJI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Membeli produk ataupun jasa bauran pemasaran memiliki peran penting untuk memengaruhi Dapat dikatakan bahwa Marketing Mix merupakan alat dalam pencapaian tujuan pemasaran . Pro. 7*(May), 81–94.

