

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, A. (2023). *Pengaruh kualitas produk dan digital marketing terhadap kepuasan/pembelian produk makanan*. Panorama Nusantara: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 2(4), 112–120.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211
- Abilia, N. (2025). *Pengaruh promosi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Bouquetholic.co Tanjungpinang*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 12(1), 55–65
- Aldy Pratama Syahputra. Bayu Eko Broto. Fauziah Hanum. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Generasi Z di Rantauprapat). 6(1), 104–118.
- Astuti, P., & Vildayanti, R. A. (2025). Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Gen-Z Kopi Kenangan di Kota Tangerang). Bisnis Dan Digital, 2(1), 177–193. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i1.467>
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital, 2(3), 163–173. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.177>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur*. BPS: Jakarta.
- Chkoniya, V., Coelho, A., & Madsen, V. (2019). *Digital communication strategies in promoting seafood consumption among young consumers in Portugal*. Journal of Marketing and Consumer Behaviour, 17(3), 102–115. <https://doi.org/10.3280/ECAG2019-003016>
- Dewanti, B., Suprayogi, S., Prihanto, A., Pranowo, D., Tri Widayanti, V., Septifani, R., Gandhatyasri Rohmah, W., Linggar Rucitra, A., & Morita Ikasari, D. (2024). Pengembangan Klaster Industri Olahan Siput Gonggong Sebagai Upaya Penguatan Circular Economy Di Kabupaten Bintan. JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia), 9(3), 261–268. <https://doi.org/10.33366/japi.v9i3.6242>
- Hasnianti, Adam, R. P., & Ponirin. (2024). Influence of Digital Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions At Ibl Shop and Its Impact on Generation Z Customer Satisfaction in Palu City. Tadulako International Journal of Applied Management, 6(3), 212–223.
- Hapsari, R., & Suryani, A. (2022). Pengaruh promosi digital, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen makanan

- olahan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 55–66.
- Indriyarti, A., Christian, A., & Yulita, S. (2022). Digital experience and purchase decision among Generation Z food consumers in Jakarta. *International Journal of Marketing Perspectives*, 5(2), 87–99
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2024). *Laporan kinerja ekspor hasil kelautan dan perikanan Indonesia 2023*. Jakarta: KKP Press
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Affifastuholohah, I., Putri, S. I., & Purbohastuti, A. W (2025). *pengaruh kualitas produk, promosi, dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen gerai ayam goreng*. *Jurnal Riset Ekonomi*, 5(3). <https://doi.org/10.53625/juremi.v5i3.11784>
- Magfirah, A., Kurniawan, W., & Haeruddin, M. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Brand Uniqlo Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 131–143. <https://doi.org/10.26858/jm.v4i2.60668>
- Ma'ruf, N., Alfalisyanto, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). *Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian (Studi konsumen Mie Gaga di Kota Cilacap)*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(2), 1400–1415. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>
- Mulyadi, T., & Suci Permata Sari. (2022). Pemanfaatan Siput Gonggong Sebagai Bahan Baku Olahan Sosis Sebagai Makanan Khas Kota Batam. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 1(2), 78–86. <https://doi.org/10.59193/jmn.v1i2.33>
- Nabila, Alvin, Chika, Nanda, Belva, Nico, Syah, R. (2025). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di E-Commerce: Studi pada Pengguna Platform Digital di Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkcd.v2i4.4455>
- Pande Rantika, I Nengah, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store. 2, 373–385. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2687/2076>
- Putri, D. K., & Asmadi, I. (2025). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Air Minum Merek Le Minerale Pada Generasi Z Di Kota Tangerang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6853–6862. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1734>
- Putri, A. N., & Ramadhan, F. (2023). Perilaku pembelian generasi Z dalam era digital: Perspektif Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Kontemporer*, 11(1), 41–52.

- Pipit Putri, Samari, S. (2025). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di omah craf kausar kabupaten nganjuk 1),2),3). 4, 1241–1248. <https://doi.org/10.29407/x0bgsw58>
- Prof.Dr.Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.
- Saputri, D. S. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Generasi Z di Kota Tangerang Selatan. Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen - NUSA SCIENCE, 1(1), 12–21.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. ALFABETA, Cv, 1(1), 1689–1699.
- Sukotjo, M. E., & Radix, A. R. (2021). Digital marketing impact on consumer purchase decisions in the millennial era. *Journal of Business and Management*, 23(3), 112–120.
- Swesti Mahardini, Malik Hidayat, S. P. I. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Jeans Demorn. 20, 8–18. <https://doi.org/10.46975/39wve792>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). ANDI
- Zohir, M., Lutfi, L., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(2), 254. <https://doi.org/10.35448/jte.v19i2.29715>