

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, C. A. 2021. *Tingkat Manajemen dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen*. Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam, 2(2), 150. <https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.712>
- Agustina, M. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Minat Terhadap Kebiasaan Pembelian Barang yang Tidak Terencana Masyarakat. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 1(4), 97-115.
- Ariyanto, A., et al. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Avizena, C. Y., & Syahlani, S. P. 2022. *Pengaruh Media Sosial TikTok pada Pembelian Impulsif Daring Generasi-Z Melalui Efek Mediasi Respon Emosional*. Tesis. Jakarta: Magister Manajeme
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Basuki, K. H., Hardilla, D., & Ifadianto, N. 2020. *Kajian Kontektualisasi Dinamika Sosial dan Budaya dalam Perencanaan Arsitektur Kreatif*.
- Darna, N., et al. 2023. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dina, S. B., et al. 2024. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 1274–1290. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4896>
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research*, 54(2), 177-184.
- Fadilah, N., et al. (2022). Perilaku Konsumen Generasi Z: Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian di Kedai Kopi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 88-97.
- Hasibuan, M. S. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasmiana. 2024. *Pengaruh Tren Media Sosial dan Gaya Hidup Hangout terhadap Pilihan Pembelian di Kedai Kopi Kekinian oleh Generasi Z di Makassar*. *Journal of Management & Business*, 7(1), 674-685.

- Humairoh, Annas, M., & M. H. M. Z. 2023. *Gen Z, Gender Variabel Dummy: Hedonic Shopping, Lifestyle, dan Impulse Buying*. Jurnal Manajemen Bisnis Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Tangerang, 12(2).
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Japutra, A., Ekinci, Y., & Simkin, L. 2022. *Discovering the Dark Side of Brand Attachment: Impulsive Buying, Obsessive-Compulsive Buying and Trash Talking*. European Journal of Marketing, 56(5), 1421–1446.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Nisa, A. C., et al. 2024. *Faktor Gaya Hidup Hedonis dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Generasi Z*. Elmal: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 5(10), 3960–3975.
- Nugroho, A., et al. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 112-125.
- Pamungkas, A. S., & Vania, A. 2024. *Pengaruh E-WOM dan Perilaku FOMO terhadap Impulsif Buying (Studi Kasus Kalangan Mahasiswa)*. Multiple, 2(12), 4244–4250.
- Pratiwi, D., & Setiawan, R. (2023). Peran *Social Media Marketing* dalam Mendorong *Impulse Buying* pada Industri Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(1), 45-58.
- Poltak, H., et al. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi pada Era Digital)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Praditha, K. S. G. 2024. *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa*. Journal of Social Science Research, 4, 2506–2524.
- Pranata, D., et al. (2023). Pengaruh *Urban Lifestyle* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Kafe. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Terapan*, 9(2), 210-224.
- Purwandari, S. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Rizky, A., & Pratama, B. (2023). Analisis Gaya Hidup Perkotaan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Modern. *Jurnal Sosiologi Ekonomi*, 5(1), 34-45.

- Susanti, R., & Wijaya, T. (2024). Dampak Gaya Hidup Hedonis dan *Urban Lifestyle* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z. *Jurnal Riset Pemasaran*, 11(1), 55-68.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 3). Alfabeta.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung Alfabeta Cv.
- Triwikrama. 2025. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 6(8).
- Ulya, L. L. 2025. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Impulse Buying*. *Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6, 6.
- Wahyuni, S. 2022. *Pengaruh Media Sosial Berbasis Internet terhadap Keterlibatan Pengguna dan Komunikasi Pemasaran*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(1), 112–125.
- Wahyuni, S., & Putra, R. 2022. *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Orientasi Urban Lifestyle terhadap Impulse Buying*. *Jurnal Perilaku Konsumen dan Bisnis*, 4(2), 45–58.
- Wahyuni, & Setyawati. 2025. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(2).
- Widiana, M. E. 2020. *Pengantar Manajemen*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Zumaroh. 2025. *Pengaruh Media Sosial dan Diskon terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z di Industri Fashion pada Mahasiswa di Kota Metro*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2).