

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Asriningati, M., & Wijaksana, T. I. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada*. co. id. SEGMENT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 15(2), 9–18.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2023). *Laporan Tahunan Direktorat Pengawasan Kosmetik*. Laptah Ditwaskos. <https://waskos.pom.go.id/storage/informasipublik/LaptahDitwaskos2023.pdf>
- Edison. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV Alfabeta.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)*. Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, VIII(1), 1–14.
- Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Heriyanto, A. Y. B., Hernaningsih, F., & Wibowo, F. P. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Promosi Media Sosial Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Tiktok-Shop Di Gedung Pulomas Office, Jakarta)*. Jurnal Ekonomika, 16(2), 129–145.
- Indriawan, M. B., & Santoso, I. H. (2023). *Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 905–914

- Judijanto, L., Firdaus, A., & Jati, P. (2025). *Konsep Dasar Manajemen*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Katadata. (2025). *E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025*. Katadata.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Siaran Pers. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>.
- Kharisma, P., Mu'arrif, Z. I., & Putra, E. (2024). *Pengaruh sales promotion, Content Marketing, dan shopping lifestyle terhadap keputusan impulse buying pada e-commerce*. INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen, 20(3), 658–670.
- Kholidah, R., Ramdan, A. M., & Saori, S. (2024). *Analisis Social Media Influencer Terhadap Impulse Buying Melalui Content Marketing Sebagai Varaibel Mediasi Pada Pengguna Kosmetik Di Indonesia*. Journal of Economic, Business and Accounting, 7(5), 614–623.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 12, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, P., Anwar, Y., & Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat

Media.

- Kusumadewi, R. N. (2020). *Pengaruh Motivasi Hedonis, Browsing dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka)*. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 31–49.
- Lestari, S. A., Salim, M. A., & Rizal, M. (2023). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Review Beauty Influencer Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Media Tiktok Shop (Pada Pembelian Skincare Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. *E -Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 1491–1498.
- Mahjudin. (2025). *Perilaku Konsumen*. CV. AE Media Grafika.
- Mas, H. A. I., Wahono, B., & Rahmawati. (2024). *Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020)*. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1099–1108.
- Mufti, R. D. W., & Hariyanto, D. (2025). *Pengaruh Content Marketing di Tiktok dan FOMO (Fear Of Missing Out) terhadap Impulsive Buying pada Mahasiswa UMSIDA The Influence of Content Marketing on Tiktok and FOMO (Fear Of Missing Out) on Impulsive Buying Among UMSIDA Students*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 14(1), 68–79.
- Mujahida, S. (2018). *Pengantar Manajemen: Introduction to Management*. Sah Media.
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya*. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 945–962.
- Rohman, D., et.al. (2023). *Analisis Impulse Buying Mahasiswa Pada Flash Sale dan Gratis Ongkir Shopee: Keinginan atau Kebutuhan?*. *Jurnal Ecogen*,

6(2), 156.

- Salma, S. Z., & Nurul, H. (2025). *Content Marketing , Discount , dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse*. Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis, 9(1), 319–331.
- Salsabila, D. K. A., et.al. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Shopee*. Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 19(2), 61–69.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, (Edisi-3)*. Salemba Empat.
- Wandira, C. D., Lusianti, D., & Sutono. (2025). *Pengaruh Pemasaran Konten, Gaya Hidup Berbelanja, Motivasi Hedonis, Dan E-Wom Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Tiktok Live Shop (Studi Pada Masyarakat Di Kudus)*. Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 4(1), 45–58.
- Wijaya, M. R. I., & Lestari, B. (2023). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Positive Emotions Terhadap Impulse Buying Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa D-Iv Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 9(2), 103–109.
- Worldpanel. (2023). *Indonesia Beauty Trends 2023*. Worldpanel by Kantar. <https://market.worldpanelbynumerator.com/id/News/Indonesia-Beauty-Trends-2023>.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). *Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 506–515.