

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Prabarini, Anggun, Budi Heryanto, dan Puji Astutik. 2019. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah).” *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 1(2): 259–270. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Pangastuti, R. L., Triwidyati, E., & YAP, N. (2024). Analisis Penerapan Green Marketing dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Kediri. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(2). <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2315%E2%81%A0>
- Gustiawan, W. D., & Satriyono, G. (2022). Gaya hidup konsumen coffee Shop di wilayah Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 477–487. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i2.469>
- Laely, Nur dan Angga Rizka Lidiawan. 2022. *Metodologi Penelitian: Menyiapkan Penelitian dan Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Yayasan Wiyata Bestari Samasta.
- Abidin, A. R., & Abidin, M. (2021). *URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN*. 6(2), 74–90. <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/ALT/article/view/2525>
- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Generasi Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram*. 4(3), 4409–4415. <https://al-haramjournal.co.id/index.php/PESHUM/article/view/8367>
- Aprianti, V., Simarmata, H., & Ni, A. (2024). *E-Profit Mengungkap Pengaruh*

Sales Promotion dan Shopping Lifestyle dalam Meningkatkan Pembelian Impulsif pada Platform E-Commerce Lazada E-Profit. 6(2), 167–173.
<https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>

Danuri, M. (2022). *PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL. 116–123.*

Farhan, M. (2025). *Seberapa Sering Generasi Z & Milenial Belanja Online?* GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/seberapa-sering-gen-z-milenial-belanja-online-Lznda>

Farhan, M. (2026). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, E-WOM, DAN LIFESTYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI ERA EKONOMI DIGITAL. 04, 38–57.*

Fathihani. (2024). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LOCUS OF CONTROL, LIFESTYLE TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR. 1(4), 712–723.*

Febriana, V. (2024). *PENGARUH LIFESTYLE DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PRODUK EIGER ADVENTURE. 7, 9706–9714.*

Fitria, N. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL: PERSPEKTIF EKONOMI MAKRO DAN MIKRO. 29–34.*

Geraldo, O. (2025). *PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN. 12(September), 416–425.*

Ghozali. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Untuk Penelitian Empiris edisi 2. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

Irawati, W. (2021). *PENGARUH PROMOSI ONLINE, PRICE DISCOUNT DAN PRODUCT ASSORTMENT TERHADAP IMPULSE BUYING. 5(2), 59–71.*

Irwanto, N. F. A., & Mahfudz. (2024). *PENGARUH LIFESTYLE OF HEALTH*

AND SUSTAINABILITY (LOHAS) CONSUMPTION TENDENCY TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SERTA IMPLIKASINYA PADA MINAT BELI (Studi Empiris pada Konsumen Produk Kecantikan Berkelanjutan pada Generasi Y dan Z di Kota Semarang) *Diponegoro Journal of Management*, 13(1), 1–11.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/indeks>.

Latifah. (2023). *PENGARUH DISKON HARGA, GRATIS ONGKOS KIRIM DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA APLIKASI TIKTOK SHOP*. 8(2), 120–127

Mertaningrum, N. L. P. E. (2023). *Perilaku Belanja Impulsif Secara Online*. 12(3), 605–616.

Ristiyana, K., & Mulyadi, D. (2023). *Pengaruh Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Melalui TikTokShop*. 2(3), 282–289.

Sari, W., Nuraeni, Y., Komunikasi, F. I., Gunadarma, U., & Barat, J. (2024). TERPAAN MEDIA DAN CITRA MEREK @CRSL.STORE TERHADAP MINAT BELI PRODUK FOLLOWERS GENERASI Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 100, 48–64.

Siregar, Y. P., Triadinda, D., & Retnosary, R. (2026). *PENGARUH FLASH SALE TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC DIMODERASI OLEH MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA PLATFORM TIKTOK SHOP*. 15, 2663–2679.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i2.2220>

Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, R. A., Sale, F., Sale, D. F., Ongkir, G., & Minat, D. (2025). *EFEKTIVITAS INSENTIF PROMOSI (DISKON FLASH SALE , CASHBACK , DAN GRATIS ONGKIR) DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PLATFORM E-COMMERCE*. 7(September), 129–138.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2022). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.154>