

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aini, Nurul Kurrota, dan Kabul Trifiyanto. 2023. "Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Money Availability terhadap Impulse Buying." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 5 (2): 166–80. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i2.435>.
- Ahmad, dan Suhartini Mahmud. 2024. "Pengaruh Besaran Diskon Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai." *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)* 7 (1): 257–65. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.291>.
- Amalia, Cinthia Dwi, Muhammad Naely Azhad, dan Jekti Rahayu. 2024. "Analisis Pengaruh Hardball Strategi (Desain Produk, Tagline dan Pesan Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Ades di Kabupaten Jember." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH* 22 (1): 49. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i1.4248>.
- Anam, Miftahul, dan Budi Prihatini Astuti. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Celebrity Endorsement Terhadap Niat Beli Ulang." *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12 (2): 118–30. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6072>.
- Arum, Lingga Sekar, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha. 2023. "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030." *Accounting Student Research Journal* 2 (2): 123–42.
- Azmi, Nurul. 2023. "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying." *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan* 2 (1): 0–6. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.527>.
- Barona, Elsa Laura Rizky, Muhammad Arif, dan Jufrizen. 2023. "Pengaruh Price Discount dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying Dimediasi Positive Emotion." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6 (1): 485–95. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i1.1906>.
- Caniago, Aspizain, dan Agung Edi Rustanto. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee)." *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik* 5 (1): 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>.
- Carissa, Riri. 2024. "Analisis Pengaruh Live Streaming, Hedonic Shopping Motivation, Price Discount terhadap Impulse Buying (Studi pada Generasi Z Pengguna Social Commerce Tiktok)." *eCo-Buss* 7 (1): 623–35. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1502>.
- Dimock, Michael. 2019. "Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins." Pew Research Center. 2019. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

- Ernestivita, Gesty, Budiyanto, dan Suhermin. 2023. *Seni Digital Marketing untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Diedit oleh Rintho R. Rerung. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Fadilah, Sarah, Dhian Tyas Untari, dan Andrian. 2024. "Pengaruh Diskon, Desain Produk dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif di Marketplace Shopee (Survey Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)." *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* 2 (3): 2496–2507.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntari, Dinda Dwi, dan Prihartono Aksan Halim. 2021. "Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen Skincare)." *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 5 (2): 295–307. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.668>.
- Hasanah, Fiddinia, dan Tri Sudarwanto. 2023. "Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Aplikasi Tiktok terhadap Impulse Buying Produk Fashion pada Generasi Z di Kota Surabaya." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Kebumen, BPS Kabupaten. 2025. *Kabupaten Kebumen Dalam Angka 2025*. Diedit oleh BPS Kabupaten Kebumen. Kabupaten Kebumen: BPS Kabupaten Kebumen.
- Kharisma, Ayu, Suwignyo Widagdo, dan Nely Supeni. 2023. "Pengaruh Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Money Availability Terhadap Impulse Buying Pada Golden Market Jember." *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v3i2.680>.
- Kinasih, Ida Ayu Diksita, dan I Made Jatra. 2018. "Peran Emosi Positif dalam Memediasi Pengaruh Keterlibatan Mode dan Kecenderungan Konsumsi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif." *E-Jurnal Manajemen Unud* 7 (6). <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i06.p15> ISSN.
- Kumbara, Vicky Brama. 2021. "Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2 (5): 604–30. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>.
- Leonardo, Kevin, dan Amin Wijoyo. 2025. "Availability of Money Sebagai Pemoderasi Hubungan antara Time Availability, Motivasi Hedonis dan Utilitarianism terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada ECommerce (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi di Jakarta)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 8 (1): 210–29.

- Mahmudah, Ainun Rizqiyatul. 2020. "Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ)." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 1 (2): 290–99. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>.
- Pangemanan, Melky Jakhin, Joubert B Maramis, dan David P E Saerang. 2022. "Online Impulse Buying Konsumen E-Commerce Generasi Z di Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10 (2): 1203–10.
- Pertiwi, Rizki Awaliah, dan Bangun Putra Prasetya. 2024. "Pengaruh Lifestyle, Diskon, dan Iklan Produk Fashion terhadap Impulse Buying pada Generasi Z di Yogyakarta melalui Media Tiktok Shop." *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital* 1 (4): 9. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.2752>.
- Priadana, Sidik, dan Denok Sunarsi. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Pusparini, Esti Tri. 2025. "Mengenal Social Commerce dan Perbedaannya dengan E-Commerce." Mekari Qontak. 2025. <https://qontak.com/blog/social-commerce/>.
- Puspita, Adella, Awliya Afwa, dan Moniko. 2023. "The Influence of E-Wom and Price Discount on Impulse Buying At E-Commerce Users in Pekanbaru (Case Study Pekanbaru Student)." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 17 (3): 378–91. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i3.1938>.
- Rainer, Pierre. 2023. "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z." Good Stats. 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.
- Richo, Yosef. 2018. *Seri Buku Ajar: Pengantar Desain Produk*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer.
- Rustiyani, Ayu Tika. 2024. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivations, Availability of Time dan Availability of Money Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Jogja City Mall)." *Jurnal Volatilitas*, no. Table 10, 4–6.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2022. *Metode Penelitian*. Diedit oleh Try Koryati. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sapa, Febri Yanti, Altje Lenny Tumbel, dan Bode Lumanauw. 2023. "Pengaruh Live Streaming, Price Discount dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi yang Menggunakan TikTok Shop." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11 (4): 787–98. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51910>.
- Sari, Rahmatika. 2021. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7 (1): 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>.

- Sinaga, Hevidora Linny, Hanna M. Damanik, dan Martin Luter Purba. 2023. "Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen di Irian Supermarket Kota Medan)." *Jurnal Kajian Fenomena Ekonomi & Bisnis* 1 (1): 11–20. <https://doi.org/10.51622/kafebis.v1i1.2007>.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Diedit oleh Sutopo. 2 ed. Bandung: Alfabeta. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Suhendi, Roni Marsiana, dan Deassy Ratna Juwita Sari. 2022. "Pengaruh Price Discount dan E-Marketing Terhadap Impulse Buying Behavior." *Jurnal Media Teknologi* 09 (01): 81–87.
- Surokim, Yulia Rakhmawati, Catur Suratnoaji, Muhtar Wahyudi, Tatag Handaka, Bani Eka Dartiningsih, Dinara Maya Julijanti, et al. 2016. *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Diedit oleh Surokim. Madura: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Komunikasi, FSIB-UTM & AspiKom Jawa Timur.
- Surveyandini, Mayla. 2021. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Karita Muslim Square Purwokerto." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 5 (1): 277. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.320>.
- Susanti, Dewi Noor, dan Sulis Riptiono. 2022. "Dinamika Perubahan Perilaku Pembelian Impulsive Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 29 (2): 127–37. <https://doi.org/10.35315/jbe.v29i2.8864>.
- Vazifehdooost, Hossein, Afshin Rahnema, dan Seyed Javad Mousavian. 2014. "Evaluation of the Influence of Fashion Involvement, Personality Characteristics, Tendency to Hedonic Consumption and Store Environment on Fashion-Oriented Impulse Buying." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5 (16). <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n16p223>.
- Wulandari, Sri, Erni Junaida, dan Dewi Rosa Indah. 2024. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup, dan Desain Produk terhadap Pembelian Impuls Sepatu Zara di Kota Langsa." *JIM: Manajerial Terapan* 4 (3): 815–23. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.19>.
- Yuliarahma, Afifah, dan Andri Nurtantiono. 2022. "Analisis Pengaruh Brand Image, Price Discount, Package Bonuses dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Produk Oriflame." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 2 (4): 441–52. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4451>.
- Yulinda, Ade Tiara, Rike Rahmawati, dan Heldi Sahputra. 2022. "Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi

Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu).” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10 (2): 1315–26.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2456>.

