

DAFTAR PUSTAKA

- Adelin, M., & Syaifuddin, M. (2025). *Manajemen Akademik: Konsep Dasar Dan Tujuan. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 9(2), 17751–17756. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1179>
- Andini, A., Ridwan, R., Putri, R., Salwa, D., Idam, I., Jl, A., Raya, K., Rw, R. T., Senen, K., & Pusat, K. J. (2025). *Strategi Branding dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk pada UMKM Mins di Pasar Digital. GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(20). <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2596>
- Anggraini, T. S., Hak, N., & Yustati, H. (2025). *Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi, Iklan, Kontrol Diri Dan FoMO Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z. Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 5(1), 41–59. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v5i1.3631>
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). *Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. Jurnal Sains Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jsm.v5i1.1044>
- Badan Pusat-statistik Kota Jakarta Timur. (2025). *Kecamatan Kramat Jati dalam Angka* 2025. <https://jaktimkota.bps.go.id/id/publication/2025/09/26/5aef2c3c88156cb0b45f29de/kecamatan-kramat-jati-dalam-angka-2025.html>
- Banowati, A. T., Al-Azizah, U. S., & Amar, F. (2024). *Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self-Control Terhadap Saving Behavior Gen z Jakarta Selatan. Jurnal Manajerial*, 11. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v11i01.6300>
- Chandradipta, V. T., & Adi, S. P. (2025). *Pengaruh Fenomena FoMO terhadap Munculnya Gaya Hidup Konsumtif pada Masyarakat Indonesia. Jurnal Dekonstruksi*, 11(04), 91–95.
- Chasanah, U., & Mathori, M. (2021). *Impulsive Buying : Kajian Promosi Penjualan , Gaya Hidup , dan Norma Subyektif pada Marketplace di Yogyakarta. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 12(2), 231–255. <https://doi.org/http://doi.org/10.21009/JRMSI>

- Donnie Pratama. (2025, 10 September). *Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok Shop dengan Total GMV Mencapai Rp 101 Triliun*. Teknobuzz. <https://www.teknobuzz.id/>
- Fatimah, S. R., & Arif, A. (2025). *Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di era e-commerce*. *BISMA Cendekia*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.56473/bisma.v6i1.169>
- Febriansyah, R. Y., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2023). *Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Di Masa Pandemi COVID-19*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.1.1-10>
- Fitri, D., Pradana, B. S., Nafisa, S., & Rahadhini, M. D. (2024). *Strategi Pemasaran pada Keputusan Pembelian Produk di Rumah Makan Saoto Bintang*. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5), 1908–1916.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). *Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FoMO) pada Gen z Pengguna Media Sosial*. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Giveline, V. A., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2024). *Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi Dari Bershka Pakuwon Mall*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 81–94. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.2.81-94>
- Handayani, S., Burhanuddin, Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., & Riu, I. A. (2026). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare Viral dengan FoMO sebagai Variabel Mediasi pada Gen z di Kota Makassar*. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 5(1), 221–235. <https://doi.org/10.55123/mamen.v5i1.7280>
- Handayani, W. P. P., Kurniawati, D., & Pitoyo, D. J. (2025). *The Influence of Scarcity Promotion on Impulse Purchase Behavior: A Mediation Analysis of Arousal*. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 10(1), 179–196. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v10i1.6375>
- Harianja, T., & Simanjuntak, M. (2024). *Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Kosumen Studi Kasus: TikTok Shop*. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 3(2), 432–447. Retrieved from <https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/4374>

- Istikhori, Khadafi, A., Dwiki, V., & Yuhaeni, Y. (2024). *Pengertian , Fungsi dan Tujuan Manajemen Pendidikan. Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 376–388. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2756>
- Khan, M. S., Syahbudi, M., & Aisyah, S. (2024). *Factors Influencing The Impulsive Buying Behavior of UINSU Students in Online Stores from an Islamic Economic Perspective, With Rational Choice as an Intervening Variable. Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 478–495. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.739>
- Kholida, A., & Puspita Rini, G. (2025). *Exploring Gen Z Consumers' Impulse Buying Behaviour on E-commerce: An SDL Perspective. Economics and Business Solutions Journal*, 9(1), 65–80. <https://doi.org/10.26623/ebsj.v9i1.11865>
- Laila Farhatun, & Herwanto. (2025). *Pengaruh Hedonic Motivation, Lifestyle, dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Impulse Buying Produk Jims Honey pada Konsumen Shopee di Kota Kalianda. Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 3403–3413. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1991>
- Leksono, W., Ahmad, G. N., & Noviarini, D. (2026). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying: Studi tentang Penggunaan Paylater, Gaya Hidup Konsumtif, dan Literasi Keuangan. Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2, 2134–2135. <https://doi.org/doi.org/10.63822/n2vwc420>
- Maharani, A. E., Irawati, F. E., & Darsin, D. (2026). *Efektivitas Pemasaran Digital Melalui Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk White Inc. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(2), 1975–1980. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8223>
- Mona Liska, M., & Utami, F. N. (2023). *The Influence of Shopping Lifestyle and Discount Prices on Impulsive Buying Through Tiktok Shop Media on Generation Z and Millennials in Jakarta Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop. Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6215–6123. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mulasih et al. (2024). *Fungsi Dasar Manajemen Dalam Konteks Modern: Analisis Perencanaan, Pengorganisasian, Dan Pengendalian. Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 2113–2122. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1294>

- Nadialiana, & Ramdani. (2025). *Fungsi-Fungsi Manajemen Perkantoran. Neraca Manajemen, Ekonomi*, 18(12). <https://doi.org/10.8734/Musyrtari.v1i2.365>
- Nailul et al., 2025. (2025). *Store Environment : the Roles of Shopping Enjoyment and Money. Jurnal Aplikasi Manajemen*, 23(1), 26–43. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2025.023.1.02>.
- Permatasari, S. D. A. (2025). *Pengaruh FoMO, Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Dalam Belanja Online Pada Gen z Di Mejayana*.
- Prabowo, N. A., & Santoso, R. (2025). *Pengaruh Fear Of Missing Out (FoMO), Lifestyle, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Gen Z Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Bisnis*, 5(2).
- Purwanti, N. L., & Nuryani, Y. (2026). *Pengaruh FoMO dan Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif pada Gen z Konsumen TikTok Shop di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung. Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 67–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.70451/cakrawala.v3i1.729>
- Ramadhani Azka, S., & Mulia Wibawa, B. (2025). *A Systematic Review of Impulse Buying Behavior in Generation Z: Drivers, Channels, and Psychological Triggers. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(11), 4046–4064. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i11.9895>
- Ramadhani, A. P., Santoso, H., Ulya, E. D., & Pranata, R. T. H. (2026). *TikTok Shop Sebagai Platform Social Commerce Terhadap Perubahan Perilaku Dan Keputusan Pembelian Masyarakat Kota Bogor. All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(1), 298–309. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i1.1322>
- Ramadhany, P. D., & Lestari. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Fear Of Missing Out (FoMO), Dan Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion Tas Christy Ng Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 05(04), 605–623.
- Ridhlo Sakti Utomo, Santi Susanti, & Sri Zulaihati. (2025). *Pengaruh Fear of Missing Out, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 4117–4137. <https://doi.org/10.62710/fpx2c658>

- Roliyanah, T., Widjanarko, W., Sumantyo, F. D. S., & Siahaan, M. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Fear Of Missing Out, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 223–234. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2242>
- Rosyidah, Y., & Umam, M. R. K. (2025). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Beban Kerja Melalui Stres Kerja Terhadap Kinerja Mahasiswa Pekerja paruh Waktu*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(2), 254–265. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/JEE.v7i2.48065>
- Samsudin, A., Brian, J. B., Amanda, R., Putri, V. E., & Yoghananda. (2024). *Konsep, Fungsi, Dan Aplikasi Manajemen Sumber Daya Manusia Secara Efektif Dan Efisien Untuk Mencapai Tujuan Organisasi*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 306–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13848195>
- Santika, E. F. (2024, June 8). *Barang-barang yang paling banyak dibeli online Gen Z dan milenial Indonesia*. Databoks.
- Santoso, A. L., Japariato, E., Tandijaya, T. N. B., & Andreani, F. (2023). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Dari Ikea Ciputra World*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 81–89. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.2.81-89>
- Silalahi, F., & Chaniago, H. (2021). *Analisis Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung*. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 2(1), 79–88. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Solikha, W., & Putranto, A. (2025). *Pengaruh FoMO, Shopping Lifestyle, dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying pada Pengguna TikTok Shop*. *Journal of Business Economics and Management*, 2(2), 2043–2050. <https://doi.org/https://doi.org/10.62379/jbem.v2i2.871>
- Sondak, M. R. (2024). *Examining Market Acceptance: Sustainable Approaches to New Food Product Development*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 69–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744.pemasaran.18.2.69-80>

- Su'ada, N., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2024). *Pengaruh Fear Of Missing Out (FoMO), Gaya Hidup, Content Marketing Dan Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sepatu Aerostreet Di Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang)*. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 688–697. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*: Alfabeta. ALFABETA
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2025). *TikTok Shop sebagai inovasi social commerce: Analisis pengalaman pengguna, kepuasan konsumen, dan perubahan perilaku belanja*. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 2(1), 97-106. <https://doi.org/10.66341/inflasi.v2i1.114>
- Surachman, A., Darmawan, A., & Tresnawati, A. (2025). *TikTok Shop Sebagai Teknologi Pemasaran dan Penjualan Digital Untuk UMKM*. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(3), 2025–2603.
- Syandana, D. A., & Dhanita, D. R. (2024). *Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FoMO) Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 691–705. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4502>
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Wijayanti, N., & Wicaksana, F. A. (2023). *Implementasi Fungsi Manajemen George Terry Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan*. *Jurnal Cerdik: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 1(3), 30–43. <https://doi.org/10.21776/ub.jcerdik.202>
- Zulkarnaen, Z. Z., & Hermawan, A. (1791). *Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital*. *Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3 (2), 285–295. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>