

Daftar Pustaka

- Akbar, I., & Nirmala, P. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Shield-On Service Cabang Mall Botani Square Kota Bogor. *1*(4), 1117-1127.
- Al Sukri, S. (2020). BASIC Marketingstrategykonsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek.
- Almira, M. (2021). Analisis Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Citra Produk, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Aini Fashion Kotapinang. *1*(3), 449-461.
- Amalia, P. (2024). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERANCANGAN DAN PENGANGGARAN YANG RESPONSIF GENDER DI PEMERINTAH KOTA SUNGAI PENUH (STUDI KASUS KOTA SUNGAI PENUH). *6*(6), 661-670.
- Anom Wijaya, G. (2023). *Saatnya Menikmati Pengalaman Sinemanik di bioskop*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/anomgusti3612/6491d0c810d8e04b741caf24/saatnya-menikmati-pengalaman-sinematik-di-bioskop>
- Armi Julliandra, A. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Brand Imange, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji Kfc Giant Mertopolitan City Pekanbaru*. PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Aulia, S. (2022). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi milenial di era digital. 13.
- Dahliah, D., Kom, S., & Kom, M. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Priwisata*. Kaizen Media Publishing.
- Dentsu Indonesia. (2024). *Strategi Marketing yang Sesuai dengan Karakter Gen Z*. (DENTSU INDONESIA) Retrieved from Karakter Gen Z & Cara Menyesuaikan Strategi Marketing untuk Mereka: <https://www.dentsu.com/id/en/insights/our-blog/strategi-marketing-yang-sesuai-karakter-gen-z>
- Deti , W., & Matondang, M. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital: Perbandingan Preferensi Generasi Z Terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *8*(2), 225-235.
- Donni Juni Priansa. (2021). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN BISNIS KONTEMPORER. *2*, 63.
- Fadilla, A., & Wulandari, P. (2023). Literature review analisis data kuantitatif: tahap pengumpulan data. *1*(3), 34-46.
- Fatimah, T., Insani, S., & Putra, A. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP, HIBURAN, DAN SUASANA RETAIL TERHADAP PREFERENSI BELANJA DI PUSAT PERBELANJAAN STUDI KASUS DI PAKUWON SOLO. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 6.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Latiep, I., & Others. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metologi penelitian: Literature review. *1*(2), 85-114.
- Gabriela. (2023). *20 Mall di Bandung Paling Kekinian dan Terkeren yang Bisa Dikunjung!* Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/best-seller/mall-di->

bandung/?srsltid=AfmBOoqfmlvojhY0QXPnuyy0YN90r8K0178QZWYf9R8PMkUcStDX6xxN

- Ganda, C. (2022). *SKRIPSI: Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta*. PhD Thesis, STIM YKPN Yogyakarta.
- Gultom, M., & Simanjuntak, M. (2024). Persepsi da Perilaku Pengguna dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Gojek untuk Pemesanan Makanan Secara Online: Persepsi Kegunaan, Pengalaman, Persepsi Kegunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pengguna. *2*(4), 96-102.
- Hamid, I., & Others. (2024). *Permasalahan Infrastruktur Teknik Sipil Perkotaan*. Deepublish.
- Harachika, P. (2023). *PENGARUH HEDONIC SHOPPING TENDENCY TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION DENGAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI MODERASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA E-CONNERCE DI LAMPUNG)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Hermawan, R. (2021). Perhitungan Pelat Lantai (Pelat 2 Arah) Pada Proyek Pembangunan Lampung City Superblock Bandar Lampung. *1*(3).
- Highlight Media. (2024). 10 Alasan Mall Jadi Tempat Hangout Paling Favorit. Retrieved from <https://highlight.id/alasan-mall-tempat-hangout-favorit/>
- Highlight Media. (2024). *Mall Sebagai Sarana Rekreasi: Tempat Nongkrong, Bukan Cuman Buat Belanja*. Retrieved from Highlight.id: <https://highlight.id/mall-sebagai-sarana-rekreasi-tempat-nongkrong-bukan-cuman-buat-belanja/>
- Kaffah, D., & Syahrifah, C. (2023). *ANALISIS KEBUTUHAN PARKIR DI RUMAH SAKIT ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG*. PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Ken, K., Parwata, I., Gunawarman, A., & Linggasari, M. (2024). Model Rancang Bangun Shopping Mall Di Kota Singaraja. *12*(1), 128-135.
- Khafili, M., Wahono, B., & Sholehudding, S. (2024). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Estetika Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Plastik Sumber Rejo Malang. *13*(01), 4033-4043.
- Khairunnisa, R. (2022). *PENGARUH CONSUMER TRAITS DAN FAKTOR SITUASIONAL YANG DIMODERASI OLEH GENDER TERHADAP IMPULSIVE BUYING (STUDI PADA PENGGUNA E-COMMERCE SELAMA PANDEMI COVID-19)*.
- Khotimah, I. (2024). *PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL*.
- Kimfa, Y., & Nisa, P. (2024). Peran Pengalaman, Komitmen, Dan Perilaku Keterlibatan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *10*(7), 1097-1121.
- Krismawati, E., & Others. (2021). Analisis Kebutuhan Dan Kapasitas Area Parkir DiArea Perbelanjaan Surakarta. *26*(1), 12-24.

- Kumparan Bisnis. (2020). PVJ Bandung Jelaskan Alasan Mal Buka Hari Ini, Minggu Akan Ditutup Lagi. Retrieved from <https://Kumparan.com/Kumparannews/pvj-bandung-jelaskan-alasan-mal-buka-hari-ini-minggu-akan-tutup-lagi-1tCi1K5MqxG>
- Kurniawan, A., Hak, M., Hidayat, A., Fadlli, M., & Wafik, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. 3(1), 66-82.
- Lestari, D., Suratman, H., & Others. (2022). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada PT. Cahya Artha Mandiri)*. PhD Thesis, Universitas Pasundan Bandung.
- Lu, C., Kuswoyo, C., Abednego, F., & Josephine, S. (2021). Pengaruh Faktor lingkungan dan pengalaman Belanja Mall terhadap Perilaku Belanja Mall. 5(1), 87-100.
- Mandolang, Y. (2020). *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur Perencanaan Dan Perancangan Shopping Mall Di Palangka Raya Berkonsep City Walk Dengan Pendekatan Green Architecture*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Manjun, M., Alaydrus, A., Kamal, K., Salim, F., & Others. (2022). KAJIAN PREFERENSI KONSUMEN BERKUNJUNG KE PALU GRAND MALL (PGM) KOTA PALU. 10(1), pp. 1-6. doi:<https://doi.org/10.31970/trend.v10i1.219>
- Marsudi, E., & Putra, R. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Store H&m Di Mall Kelapa Gading. 3(1), 72-81.
- Muliani, B., & Tukiman, T. (2024). Evaluasi Kualitas Layanan di Mall Pelayanan Publik Kabupaten Tulungagung: Sebuah Pendekatan Kuantitatif. 6(1), 1-17.
- Mulyana, A. (2022). *Gaya Hidup Metroseksual: Perspektif Komunikatif*. Bumi Aksara.
- Munir, M. (2023). *Islamic Finance for Gen Z Karakter dan Kesejahteraan Finansial untuk Gen Z: Penerapan Islamic Finance sebagai Solusi*. CV. Green Publisher Indonesia.
- Muryeti, S. (2021). Penerapan Metode Kansei Engineering Dalam Pengembangan Kemasan Kue Kacang (Studi Kasus: Kue Kacang Bintang Prima).
- Musa, M., & Others. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. 18(2), 73-79.
- Nababah, B., & Ningsih, S. (2022). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI CIBINONG CITY MALL. 16(1), pp. 11-22.
- Nadja, R., Halimah, A., & Others. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit NEM.
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. 6(1), 66-78.
- Noviyanti, S., Juanim, H., & Others. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENONTON PADA CGV CINEMAS PARIS VAN JAVA*. PhD Thesis, Universita Pasundan Bandung.
- Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., . . . Others. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.

- Pamungkas, B., & Ramdani, E. (2024). ANALISIS STRATEGI PENGELALOLAAN SAMPAH BERBASIS MASYARAKAT DI DESA LAMBUHAN SUMBAWA. *12*(3), 321-331.
- Prasetyo, O. (2020). Motivasi Belanja Dan Wanita.
- Prastitiningrum Hanifia, E. (2020). PhD Thesis, <https://ummetro.ac.id/>.
- Pratiwi, A., Damayanti, R., & Erdiansyah, E. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan pada Toko 999 Kayuagung. *4*(4), 9268-9277.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *1*(2), pp. 150-160.
- Priyanda, R., Agustina, T., Ariantini, N., Rusmayani, N., Aslindar, D., Ningsih, P., . . . Others. (2022). *Metologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Rahman, Q., & Rahman, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tarikan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Di Kota Makassar (Studi Kasus Mall Panakkukang dan Trans Mall). *Journal Techno Entrepreneur Acta*.
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*.
- Rani, R., & Widyasari, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Rembang). *4*(2), 157-162.
- Renggo, Y., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *43*.
- ReSni, F. (2023). Strategi Promosi Direct Marketing Melalui Event Roadshow Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Saloka Theme Park.
- Rohmah, N., & Raharjo, S. (2024). ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KESESUAIAN DIRI TERHADAP MEREK DAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Platform Shopee di Semarang). *13*(3).
- Rueng, N., & Palallo, N. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTO YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN BERBELANJA PADA KINGSMART TIMIKA MALL. *2*(10), pp. 1603-1616.
- Rusata, T. (2022). Aktivitas promosi pariwisata di media sosil studi kasus kabupaten belitung. *4*(2), 277-292.
- Sampoerna University. (2022). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi dan Manfaat*. Retrieved from <https://www.sampoernauniversity.ac.id/news/media-sosial-adalah>
- Saputra, T. (2024). Pengaruh Customer Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Mitra Usaha Di PT. Budi Strach & Sweetener, Tbk. Ponorogo. *6*(3).
- SARI, J. (2024). *MANAJEMEN KEARSIPAN DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN PUBLIK DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN ARSIP KABUPATEN DELI SERDANG*. PhD Thesis, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara.

- Seruni, N., Suryaniadi, S., & Dewi, N. (2024). Pengaruh infuencer marketing terhadap minat pembelian produk kecantikan brand Azarine pada generasi Z: Studi Kasus Kabupaten Bandung. 8(3), 885-900.
- Sintya, D., Prastiwi, D., Khansa, T., Marini, A., & Yunus, M. (2024). Penerapan Teori Belajar Konstruktivisme dalam Pembelajaran IPS di SD. 7(10), 1-10.
- Siswanto, D., & Dewi, H. (2024). *Mandiri Spending Index: Belanja Masyarakat Menguat di Kuartal III-2024*. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/mandiri-spending-index-belanja-masyarakat-menguat-di-kuartal-iii-2024#:~:text=Berdasarkan%20data%20Mandiri%20Spending%20Index,di%20bulan%20September%20awal%20ini>.
- Sugiyanto, S., & Sudarno, S. (2024). PROSES PELAKSANAAN EVENT ROADSHOW NONTON BARENG FILM PETUALANGAN SHERINA 2 BERSAMA INDOFOOD OLEH PT KREASI KARYA BANGSA. 5(20), 150-161.
- Sunerlan, S., Safari, A., & Riyanti, A. (2023). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Situ Bangendit. 2(1), 116-129.
- Suriani, N., Jailani, M., & Others. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipasi ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. 1(2), 24-36.
- Syafrianita, N., Asnawi, M., & Others. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. SYABANI DI PUSAT PASAR MEDAN. 7(2), 31-40.
- Syahputri, A., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. 2(1), 160-166.
- Tedja, E., Ritonga, I., & Siburian, S. (2024). PERANCANGAN PUSAT PERBELANJAN DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR MODERN DI DELI SERDANG. 6(01), 10-20.
- Telaumbanua, J., Mendrofa, S., Baene, E., & Hulu, F. (2024). 11(1), 948-959.
- Teuku Rafie. (2024). *Mengapa Gen-Z Berbeda? Gaya Hidup, Tren, dan Nilai*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/teukurafie0853/67376723ed64154e647f4de2/mengapa-gen-z-berbeda-gaya-hidup-tren-dan-nilai>
- Tiku, R., Efendi, A., & Huda, K. (2021). Perancangan Gedung Pusat Desain Interior di Kota Samarinda. 2(1), 41-54.
- transentertainment. (2024, sep 6). *5 Mall Terbesar Di Bandung Yang Wajib Dikunjungi*. Retrieved from <https://www.transentertainment.com/blog/BT-14/5-mall-terbesar-di-bandung-yang-wajib-dikunjungi>
- Tripcetera. (2024). *15 Mall di Bandung yang Wajib dikunjungi untuk Belanja*. Retrieved from Tripcetera Blog: <https://blog.tripcetera.com/id/mall-di-bandung/>
- Utama, A., SE, M., & Adab, P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup*. Penerbit Adab.

- Wachyuni, S., Kusumaningrum, D., & Kartika, R. (2020). Studi Kualitas Pusat Perbelanjaan Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Pusat Perbelanjaan (Studi Kasus: Central Park Mall). 3(2), 172-185.
- Wahyuni, D., & Others. (2020). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Suzuya Mall Kota Banda Aceh*. PhD Thesis, UIN ARORANIRY.
- Wahyuni, D., & Others. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Fashion Ritel Matahari Departement Store Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. PhD Thesis, UIN Ar-Raniry.
- Wardhana, A. (2024). Perilaku Konsumen Di Era Digital.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z SEBAGAI kONSUMEN Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru. 5(2), 90-99.
- Widi, S. (2023, Des 7). *Hasil Survei: Deretan Kegiatan Hiburan yang Sering Dilakukan Gen Z*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/hasil-survei-deretan-kegiatan-hiburan-yang-sering-dilakukan-gen-z>
- Wijaksono, R. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut Surabaya). 7(2), 334-353.
- Wijaya, H. (2024). Pengaruh Service Quality, Store Atmosphere, dan Price Fairness terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Haidilao Mall Taman Anggrek. 17(1), 041-054.
- Yanti, R., Suryani, I., & Putri, I. (2024). *Buku Ajar Statistik dan Probabilitas Dasar*. Serasi Media Teknologi.
- YUNIA, S. (2023). PENGARUH MODEL PROBLEM BASED LEARNING BERBANTUAN MEDIA TANGGA PINTAR TERHADAP KEMAMPUAN PEMASAHAMAN MATEMATIS PESERTA DIDIK KELAS III SEKOLAH DASAR.
- Zaenudin, O., & Harto, B. (2024). Mengungkapkan Peran Media Sosial dalam Shopping Lifestyle Generasi Z: Insight Kualitatif dari Pengalaman Belanja Online. 4(2), 5624-5641.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. 1-159.