

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, T., Astuti, S., & Budi, I. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keungan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). *BAJ (Behavioral Accounting Journal) Vol. 4, No. 1*, 283-284.
- Bhushan, P., & Medury, Y. (2013). Financial Literacy and its Determinants . *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)*, 155.
- David, S., & Jonah, S. (2017). *Gen Z @ work : how the next generation is transforming the workplace*. New York, NY: DAS Creative LLC: Harper Business, an imprint of Harper Collins Publishers.
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya . *URNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA Vol. 3, No. 1*, 3.
- Dukalang, H., & Ningsih, S. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 44-46.
- Fahira, L., & Syahputra. (2021). Pengaruh Brand Image dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Cold'n Brew. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol.5 No.3*, 2390.
- Fajirin, F. B., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal . *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 156-167.
- Ghozali, H. L. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gunartin, Afriliani, F., & Anwar, S. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL LITERACY. *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis Vol 4 No 2*, 6-7.
- Jauhari, G. A., Sosianika, A., & Hardiyanto, N. (2021). Analisis Sikap dan Minat Membeli Wanita Muda di Indonesia Terhadap Produk Perawatan Diri Berbahan Alami. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 991-995.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 4-5.
- Nadia, P. V., & Wafiroh, L. N. (2022). Financial Literacy, Lifestyle, Consumption Behavior of Kpop Fand in Covid-19 Pandemic with Religiosity as Moderating Variable. *Jurnal Akuntansi*, 53.
- Nell, C. (2021). An Exploratory study on consumer attitudes of Capetonian Female Millennials' towards natural skincare product consumption. *Strategic Brand Communication*.
- Puranda, & Mediawati. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Bisnis dan Iptek Vol. 10, No.1*.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif. In A. Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (p. 1). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Simatupang, T. (2017, Februari 04). *lokadata*. Retrieved from Menilik gaya belanja kekinian khas Generasi Z: <https://lokadata.id/artikel/menilik-gaya-belanja-kekinian-khas-generasi-z>
- Statista Research Department. (2022). *Market value for natural and organic beauty worldwide 2021-2027*. Statista Research Department.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- The Nielsen Company (US). (2018). *The Future Of Beauty*. The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary.

- Usman, O., & Maharani, I. C. (2021). The Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior (Case Study on Office Administration Education Students at State University of Jakarta).
- Widayati, I. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LITERASI FINANSIAL MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 91-93.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI 4.0*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 2*, 1033 - 1040.