

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2022). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Pelanggan Blablu Shop Di Kabupaten Lumajang*.
- Aga, O. N. L. (2023). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Perumahan Cluster Jasmine Bekasi. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(3), 131–137.
- Anisa, N. A., Arifin, S., Setyowati, L., Hidayah, N., & Megasari, A. D. (2020). Financial Literacy On Impulsive Buying Behavior In Y Generation. *Quantitative Economics And Management Studies*, 1(1), 70–75. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems80>
- Ardianti, R., & Megasari, R. (2021). Pengaruh Intensitas Informasi Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Genbi Universitas Negeri Malang Periode 2020-2021. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 1(8), 763–775.
- ARIFIANI, R., & GUNAWAN, W. (2021). Perilaku Impulse Buying Di Masa Pandemi. *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 43. <https://doi.org/10.24198/Jsg.V5i1.30759>
- Assyfa, L. N. (2020). Pengaruh Uang Saku, Gender Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Akuntansi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 109–119.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023a). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023b). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/Owner.V7i3.1601>
- Diaza, G., & Pratnyawati, T. (2023). Terhadap Pembelian Impulsive Pada Mahasiswa Uin Malang Jurusan Manajemen 2018-2020. *Jurnal EKBIS : Analisis, Prediksi, Dan Informasi*, 24(1), 72–83.

- Dina, M. (2022). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Impulsive Buying Pada Siswa Kelas Xi Ips Man Purworejo*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Eka Sari, A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 13(1), 55–73.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>
- Elvira, S. D. (2018). *International Journal Of Physiology*, 6(1), 2018.
- Fauzi, A. A., Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., Dulame, I. M., Pramuditha, P., Sudipa, I. G. I., & Kom, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 1). *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21–27.
- Handayani, M. A., Amalia, C., & Sari, T. D. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Batik Di Lampung). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 647–660.
- Harpepen, A. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon Dan Teman Sebaya Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Produk Fashion. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 36.
<https://doi.org/10.29300/Aij.V8i1.5189>
- Intarti, E. R. (2020). Peran Strategis Teman Sebaya Dalam Pembentukan Karakter Religius Remaja. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 13(3), 342–351.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.
- Keuangan, O. J. (2019). Buku 1 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dan Pengawasan Mikroprudensial. In *Teknologi Keuangan* (Vol. 148).

https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/371947463_TEKNOLOGI_KEUANGAN/links/649d5ad9b9ed6874a5e6f1c4/TEKNOLOGI-KEUANGAN.pdf#page=12

- Khafida, A. A., & Hadiyati, F. N. R. (2020). Hubungan Antara Koformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare Di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal Empati*, 8(3), 588–592.
- Komarudin, M. N. K., Nugraha, N., Hardjadi, D., & Pasha, R. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Survei Pada Tenaga Pendidik SD Se-Kecamatan Kuningan). *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(1), 159–178.
- Kurniasari, A. F. (2020a). *Hubungan Kontrol Diri Dan Teman Sebaya*.
- Kurniasari, A. F. (2020b). *Hubungan Kontrol Diri Dan Teman Sebaya Dengan Impulsive Buying*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kurohman, F. D., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Marketplace Shopee. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 5(2), 465–473.
- Lania Muharsih, Marhisar Simatupang, & Afiyana Mutma'inah. (2023). Konformitas Dan Emosi Positif Sebagai Prediktor Dari Kecenderungan Pembelian Impulsif Konsumen Belanja Online. *PSYCHOPEDIA : Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 8(2), 20–30. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v8i2.6120>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
- Lestari, T. A., Okianna, & Basri, M. (2021). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 10(3), 1–8.
- Mahanisa, Y. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Cashback, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Wallet Ovo Terhadap Minat Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fkip Universitas Lampung. *Skripsi*, 1–23.

- Maley, N. M. S., Fanggidae, R. P. C., & Kurniawati, M. (2022). PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN MOTIF BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE (STUDY PADA MAHASISWA FEB UNDANA). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 3(2-Juni), 123–141.
- Meilani, D., Wahyudi, I., & Faizal Nurmatias, M. E. (2021). Pengaruh Kompetensi Pedagogik Guru Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Minat Belajar Siswa Di Mts Nurul Wahid Dumai. *Wibawa: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(2), 28–38.
- Muharam, M. G., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen Tiktok Shop). *Experimental Student Experiences*, 8(8), 2985–3877. <https://jurnal.institutusunandoe.ac.id/index.php/ESE>
- Nasruddin, N., & Bado, B. (2021). Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v5i1.24649>
- Ngilmi, I. M. (2023). *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Kepercayaan Diri Siswa Kelas VIII Mts Darul Huda Mayak Ponorogo Tahun Ajaran 2022/2023*. IAIN PONOROGO.
- Nida, H. A. (2021). Konsep Memilih Teman Yang Baik Menurut Hadits. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 338–353. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14571>
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, Financial Literacy, And Online Impulsive Buying: A Study On The Post Millennial Generation In A Pandemic Period. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal Of Theory And Applied Management*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.33774>
- Ninik Srijani, K. . (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/Equilibrium.V6i1.2186>
- Noneng, Supatminingsih, T., Inanna, Hasan, M., & Dinar, M. (2020). Pengaruh

- Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop Pada Peserta Didik Kelas X Jurusan IPS Di SMA Negeri 8 Makassar. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, & Humaniora*, 2(2), 94–104. <https://Www.Jurnalintelektiva.Com/Index.Php/Jurnal/Article/View/294%0Ahttps://Www.Jurnalintelektiva.Com/Index.Php/Jurnal/Article/Download/294/205>
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics And Social Studies*, 5(2), 181–191.
- Nur, Z., & Rapini, T. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol Diri , Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja Online*. 2(1), 41–49.
- Parnawi, A. (2021). *Psikologi Perkembangan*. Deepublish.
- Pinardi, P., & Darmawanti, I. (2023). Post-Truth Era: Ancaman Polarisasi Melalui Grup Whatsapp Keluarga. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 14(1), 60–78. <https://Doi.Org/10.26740/Jptt.V14n1.P60-78>
- Pratiwi, R. N. A. (2022). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Konformitas Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Pudyastari, M. P. (2019). Pengaruh Konfomitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswi Di Jakarta. *Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta*.
- Pusporini, P. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku Umkm Kecamatan Cinere, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 58–69. <https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V2i1.315>
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal Of School Counseling*, 3(2), 35. <https://Doi.Org/10.23916/08430011>
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater

- Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Di Indonesia. *YUME : Journal Of Management*, 6(1), 606–614.
- Rosidah, A., & Fiky Prakoso, A. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya The Influence Of Economic Literacy And Self-Control On Impulsive Buying In State University Of Surabaya Economic Edu. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275–287.
- Ruslim, N. I. (2021). Overconfidence Dan Representativeness Bias Dalam Personal Finance Studi Kasus Pada Pembelian Luxury Products. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 735–752. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35162>
- Sahidin, M., & Insan, I. (2022). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive Bullying Pada Mahasiswa Baru 2021 Di Asrama Universitas Teknologi Sumbawa. *JURNAL PSIMAWA*, 5(2), 109–114.
- Sasoko, D. M. (2021). *Bahan Ajar Mata Kuliah Perilaku Organisasi*. 1–56.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi, Wonosobo: UNMUH Prof. Dr. Hamka (UHAMKA)*, 5.
- SIMAMORA, S. A. Y. (2022). *PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPULSIF BELANJA ONLINE PADA REMAJA AKHIR*.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal Of Accounting And Finance*, 4(2).
- Sulaiman, M. (2023). *PENGARUH PROMOSI ONLINE, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE DAN RESPON EMOSIONAL PASCA PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE DI (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee)*.
- Sulfemi, W. B., & Yasita, O. (2020). Dukungan Sosial Teman Sebaya Terhadap Perilaku Bullying. *Jurnal Pendidikan*, 21(2), 133–147.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2020). Pengaruh Online Shop,

- Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan Pips Fkip Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan Pips Fkip Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1.414>
- Susanti, I. G., & Wulanyani, N. M. S. (2019). Pengaruh Dukungan Sosial Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perundungan (Bullying) Pada Remaja Awal Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 182. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i01.p18>
- Tri Wulandari, R., & Damayanti, S. M. (2022). The Importance Of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior In Buy-Now-Pay-Later Mode. *International Journal Of Business And Economy (IJBEC)*, 4(3), 170–182. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbecjournalwebsite>:<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457>
- Wardani, W. (2016). MEMBEDAH TEORI SOSIOLOGI: Teori Pertukaran (Exchange Theory) George Caspar Homans. *Jurnal Studia Insania*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.18592/jsi.v4i1.1111>
- Wati, R. A., Basalamah, M. R., & Rahmawati. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen*, 10(13), 120–133.
- Wati, R. A., Basalamah, M. R., & Rahmawati, R. (2022). Pengaruh Lingkungan

Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(13).

Zulaika, M. D., & Listiadi, A. (2020). Literasi Keuangan, Uang Saku, Kontrol Diri, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 137–146.

