

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., Zuliansyah, A., & Supriyaningsih, O. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi penelitian pada Mahasiswa angkatan 2019 UIN Raden Intan Lampung)*.
- Abdullah Suci, A. N. (2023). *Gambaran Fear Of Missing Out (fomo) PADA Remaja Akhir Di Kota Makassar*.
- Achmat, Z. (2015). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1-20.
- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34-52.
- Ahdiat, A. (2024). *Jumlah pengunjung Situs E-Commerce Indonesia September 2024*. Retrieved from databoks.kadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/6707a97780b2b/jumlah-pengunjung-situs-e-commerce-indonesia-september-2024> (Diakses pada Kamis, 17 Oktober 2024, pukul 06.30 Wib)
- Ahmadi, A. (2020). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 481-493.
- Alfiansyah, A. M., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). *Pengaruh e-commerce, literasi keuangan, dan literasi digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. 5, 972-979.
- Almana, & Mirza. (2015). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers's Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23-31. <https://doi.org/10.5120/14145-2286>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248-262.

- APJII. (2024, Februari 2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from apjii.or.id: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (Diakses pada Kamis, 17 Oktober 2024, pukul 06.30 Wib)
- Arpan, Y., & Ambarwati, S. D. (2017). Analisis Impluse Buying Dalam Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung). *Gema*, 9(2), 151–159.
- Arum, R., & Lutfiana, A. (2024). *Pengaruh Ulasan & Rating Online terhadap Impulsive Buying dengan Intervening Trust*. 4, 9446–9457.
- Astuti, N. A., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out), Shopping Lifestyle, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Mahasiswa Konsumen E-commerce Shopee di Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 540-562.
- Asyifa, H. A., Hidayah, K., & Haryanto, H. C. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap Pembelian Implusif Online Food Delivery pada Generasi Z. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 7(2), 44-56.
- Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Online Store Media Sosial dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Al-Musthofa: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 (2), 23-37.
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotion Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156-167.
- BPS. (2023, September 18). *Statistik E-commerce 2022/2023*. Retrieved from [bps.go.id:https://www.bps.go.id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html](https://www.bps.go.id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html) (Diakses pada Sabtu, 19 Oktober 2024, pukul 06.56 Wib)

- Dapo.kemendikbud. (2024). *dapo.kemendikbud.go.id*. Retrieved from Data Siswa: <https://dapo.kemendikbud.go.id/sekolah/368308B7B40E79BEE98B> (Diakses pada Minggu 20 Oktober 2024, pukul 06.14)
- Dewanata, P. H., & Sidanti, H. (2024, September). Pengaruh fear of missing out (fomo), Perilaku Konsumtif dan Lifestyle (gaya hidup) Terhadap Impulse Buying Marketplace Shopee Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Di Universitas PGRI Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- DS, Y. R. R., & El Halidy, A. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 1477-1487.
- Fadila, Y. (2022). Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dengan Gaya Hidup Berbelanja Sebagai Variabel Mediasi (Disertasi Doktorat, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Faidah, D. (2024). Pengaruh Customer Review Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Remaja Di Purbalingga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*.
- Fatikasari, F., & Umami, N. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Belanja Online pada Remaja. *ARMADA: Jurnal Penelitian ...*, 636–647.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Gotama, G., & Rindrayani, S. R. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(4), 690–701.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di

- Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 59–69.
- Hikmah, N. (2023). *Literasi Digital Pada Siswa Smk As- Su ' Udiyyah Tangerang Selatan (Urgensi Literasi Digital di Kalangan Siswa-Siswi SMK As- Su ' udiyyah Kota Tangerang Selatan) SKRIPSI Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk Memenuhi Persyaratan MEMP.*
- Irza, N. A. (2024). *Pengaruh Fomo Sales Promotion terhadap Impulse Buying Saat Live Streaming pada Pengguna Shopee di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ismail, M. (2020). Hedonisme dan Pola Hidup Islam. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 193-204.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi penelitian*. Syiah Kuala University Press.
- Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-Money , Fitur Live Streaming , dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pembelanjaan Online*. 1(1), 8–15. <https://doi.org/10.56854/jeqn.v1i1.26>
- Kholida, D. I. Y. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Di Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lutfiana, R. A. A. (2024). Pengaruh Ulasan & Rating Online terhadap Impulsive Buying dengan Intervening Trust. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9446-9457.
- Machali, I. (2021). Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif).
- Machali, Imam. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Memecahkan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Maharani, P. (2024). *Pengaruh Customer Review, Affiliate Marketing, Paylater, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Impulse Buying*. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/50321>
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 115-125.
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15-24.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., Prihatma, G. T., & Miharja, T. D. (2024). *Pengaruh Interactivity , Online Customer Review , dan Trust terhadap Impulse buying Pengguna Shopee Live Streaming*. 06(1), 41–53.
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). Indeks literasi digital generasi milenial di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 32-47.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Nguyen, H. P., Mai, H. T. A., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *Heliyon*, 10(15), e35743. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35743>
- Ningsih, P. R., Hidayat, A., & Kusairi, S. (2018). Penerapan Problem Based Learning untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis dan Hasil Belajar Siswa Kelas III. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian Dan Pengembangan*, 3(12), 1587–1593. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Nisa, O. K. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Semarang).
- Novita, D. R. (2023). Karakteristik Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Putri.

- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa jurusan PPB 2013 FIP UNY. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Nyrhinen, J., Sirola, A., Koskelainen, T., Munnukka, J., & Wilska, T. A. (2024). Online antecedents for young consumers' impulse buying behavior. *Computers in Human Behavior*, 153(December 2023), 108129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>
- Prajitno, S. B. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati*. (tersedia di <http://komunikasi.uinsgd.ac.id>).
- Pratama, R., & Salim, A. (2017). Manajemen Pemasaran Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 35–51.
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 107-117.
- Putri, D. I. A., & Fikriyah, K. (2023). *Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop*. 07(01), 1–12.
- Rachmawati, A. (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Diskon Online Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 2(2), 142–159.
- Ramadhan, a. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Penelitian Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Uin Raden Intan Lampung) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Ramadhani, Y., Ds, R., & Halidy, A. El. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 1–11.
- Salim, A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen*, 7(1).

- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Indigo Media.
- Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan ahmar cendekia indonesia.
- Saputri, D. L., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh gaya hidup hedonis, keterlibatan fashion dan visual merchandising terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).
- Stefany, S., & Nurbani, B. (2017). Literasi digital dan pembukaan diri: studi korelasi penggunaan media sosial pada pelajar remaja di Kota Medan. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 10-31.
- Sugiyono (2017), *Statistikan Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, h. 228
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Bandung: CV.
- Surindra, B. (2022). The Influence of Economic Literacy and Digital Literacy on Consumptive Behaviour of Students. *Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS)*, 1(5), 696–703.
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Perilaku Keuangan di Era Ekonomi Digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261-279.
- Syahrums, and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipta Pustaka.
- Tran, V. D. (2022). Consumer impulse buying behavior: the role of confidence as moderating effect. *Heliyon*, 8(6), e09672.
- Tumangger, A. G. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer the Originote di Shopee (pada Siswa Sma Negeri 1 Singkil).
- Wibowo, G. R., & Sari, D. (2021). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pengantar Ringkas*. Garudhawaca.

- Widodo, M. S. (2024). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(1), 36–44. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6395>
- Wulan, W. N. N., Suharyati, S., & Rosali, R. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 54. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>
- Yuliani & Suarmanayasa.(2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.3, No.2.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

