

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniyah, Z. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research*, 1(5), 192–212.
- Astuti, R. W. (2020). Pengaruh pendidikan, keterampilan kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 24–29.
- Ayu, D. R. (2020). Impulsif Buying Tendency sebagai Dampak dari Stimulus Lingkungan Toko dengan Pemeditasi Emosi Positif (Studi pada Matahari Department Store di Thamrin Plaza Medan). *JaManKu: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(01), 59–71.
- Dewanata, P. H., & Sidanti, H. (2024). *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*. 6.
- Diana, D. (2019). Hubungan body image dengan perilaku konsumtif kosmetik pada remaja putri. *Psikoborneo*, 7(3), 433–440.
- Faisal, M., & Kraugusteeliana, K. (2019). Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja). *PROSIDING SEINASI-KESI*, 2(1), 37–47.
- Fauzi, F. M., & Amir, F. (2019). Pengaruh Dimensi Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Suzuya Mall Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 245–258.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Kareba: Jurnal ilmu komunikasi*, 239–250.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro,.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 209–224.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*. <https://osf.io/preprints/v9j52/>
- Komala, C. (2019). Perilaku konsumsi impulsive buying perspektif Imam Al-Ghazali. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 248–266.
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Perilaku

- Konsumtif Gen-Z Di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (Aru Journal)*, 5(1), 1–10.
- Mudjiyanto, B., & Kusuma, P. (2025). Fomo, Impulsive Buying, dan Perilaku Konsumtif Gen Z. *KOMVERSAL*, 7(1), 244–258.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 1(1), 1–9.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis kesesuaian teknologi penggunaan digital payment pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74.
- Putra, A. G. G., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(2).
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/858>
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif makanan kekinian mahasiswa urban surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417–1428.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(2), 290–298.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39–54.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumen di era revolusi industri 4.0 (Studi kasus pengguna platform digital payment OVO). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284.
- Rossa, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek*. 3.
- Salsabila, F., Susanti, V., & Ermawati, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 71–91.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Septiana, I., & Widyastuti, W. (2021). Pengaruh sales promotion, product quality, dan hedonic behavior pada impulse buying. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 698–707.

- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2). <https://www.journal.stimaimmi.ac.id/index.php/aliansi/article/view/428>
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 26–38.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*.
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). P Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi Pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *JNANALOKA*, 35–44.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. Pt Penerbit Ipb Press.
- Syahida, L. (2021). Pengaruh terpaan iklan promo gratis ongkos kirim Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja. *Gunahumas*, 4(1), 7–18.
- Syarifuddin, S., & Saudi, I. A. (2022). *Metode riset praktis regresi berganda menggunakan spss*.
- Trihudiyatmanto, M. (2020). Analisa Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 136–146.
- Virginia, L., & Fadjar, N. S. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK (E-WALLET) SHOPEEPAY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MALANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1).
- Wahyudi, R. A., & Rochmawati, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 8(2), 52–62.

UINSSC