

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andrean, R., Fikri, M. K., Liddiana, A., Pertiwi, E. M., & Wulan, E. R. (2025). Determinants of impulsive buying behavior among Generation Z on e-commerce platforms. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 16(2).
<https://doi.org/10.18592/taradhi.v16i2.18005>
- Asri, M. M., & Andadari, R. K. (2023). The Influence of Psychological Factors on Consumer Purchasing Decisions in the New Normal Era with Age and Education Level as Moderating Variables. 4(2), 846–865.
- Audrelya, J. F., Xafier, M. H., Maisyaroh, N., & Wildan, M. A. (2025). Analysis of the Influence of Discount Promotions on Students' Purchase Decisions on the Shopee E-Commerce Platform.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik E-Commerce 2024. Badan Pusat Statistik.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications.
- BPS. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Triwulan II-2025 Capai 5,12 persen. Badan Pusat Statistik.
- Catană, Ș. A., Imbrișcă, C. I., & Veith, C. (2025). Understanding Generation Z's purchasing behaviour on online marketplaces: A TAM-based approach. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(4), 260.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Islamic Foundation.
- Dani, R., Firayanti, Y., & Wulansari, F. (2024). Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(8), 561–568.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Delfrianto, D. A. (2022). Kini Mendominasi, Kenali 3 Faktor Pengaruh Perilaku Belanja Online Generasi Z. *Populix*.
- Dewi, M. K., & Prianthara, I. T. (2025). Impulse buying behavior of Generation Z people on Shopee. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2),

7442–7452. <https://doi.org/10.31538/iijs.v8i2.6148>

Dwi, S., Ariani, P., & Prakoso, A. F. (2024). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Ekonomi Peserta Didik dengan Literasi Ekonomi sebagai Variabel Mediasi.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JBAM*, XVI(2), 141–156.

Fatmawati, D. A., Rohmaddani, E. R., Fauzuna, F., Anggraini, P., & Fibrianto, A. S. (2022). Gaya hidup konsumtif sebagai dampak adanya online shop di kalangan mahasiswa sosiologi angkatan 2021. 3(1), 1–6.

Giri, O. P. (2024). Choosing Sampling Techniques and Calculating Sample Size.

Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). *e-Conomy SEA 2024: Profits on the rise, harnessing Southeast Asia's advantage*. Google.

Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 09(01), 73–89.

HUSEN, T. C. N. (2025). Pengaruh paparan media sosial, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli produk unilever.

Isnubroto, R. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Experience melalui Brand Trust terhadap Purchase Intention Brand BWBYAZ di Instagram.

Kementerian Perdagangan RI. (2025). Kinerja perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Badan Kebijakan Perdagangan.

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Macmillan.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kwartawati, N. N., Dhamera, V., Mahmud, M., & Kwartawati, N. N. (2024). Influence E-Commerce Regarding Consumer Behavior on the Shopee Application. 1, 140–159.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021–2022: Business*,

Technology and Society (17th ed.). Pearson.

Launtu, A., Rahayu, B., S, W. S. P., & Anam, C. (2024). Analysis of the Influence of Cultural Factors on Consumer Preferences in Product Purchasing Decisions.

Lismaini Agustin, Marliyah, & W. S. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Kartu Plastik dan Mobile Payment terhadap Consumer Behavior.

Mankiw, N. G. (2021). Principles of Economics (9th ed.). Cengage Learning.

Maulidy, A., Zaini, A. W., & Sanjani, M. A. F. (2025). Social Media Influence on Consumerism Trends Among College Students. 04(01), 16–28.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An Approach to Environmental Psychology. MIT Press.

Melia, F., & Senja, Y. (2023). Pengaruh Pembelian Online di Shopee terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan. 04(2), 148–158.

Mishra, M., Kushwaha, R., & Gupta, N. (2024). Impact of sales promotion on consumer buying behavior in the apparel industry. Cogent Business & Management, 11(1).

Muhammad Fadhil Rasyid, & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Trisakti. 2(2), 1251–1260.

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.

Nurkhofifah. (2024). Pengaruh pendapatan orang tua dan penggunaan e-commerce terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Jurnal Ekonomi Digital, 4(1), 20–31.

Nurul Fauzziyah, S. W. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. 1(1), 24–28.

Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 9(3), 281–290.

Paerah, A. (2024). The Effect of E-Commerce, Sales Promotion, and Impulse Buying Behaviour of College Student in Indonesia.

- Pamungkas, I. K., & Na'imah, T. (2022). Dimensi-Dimensi Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja. 1(2), 1–7.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2014). Ekonomi Islam. Rajawali Pers.
- Putra, A., & Ganesha, B. (2022). Financial technology dan perilaku konsumsi mahasiswa. Jurnal Ekonomi Syariah, 7(3), 91–104.
- Rafi Atha Mahendra, & N. Hanifah. (2023). Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. 3, 117–126.
- Sary, E. N., & Shilvana, D. (2024). Implementasi Sistem Informasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Online. 02(02), 322–328.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior (12th ed.). Pearson.
- Schrump, M., Ghuy, M., Hedlund-botti, E., Natarajan, M., Johnson, M., & Gombolay, M. (2023). Concerning Trends in Likert Scale Usage in Human-Robot Interaction.
- Silvia, G. (2021). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia pada Masyarakat Kota Jambi.
- Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang. 8(3).
- Solomon, M. R. (2020). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.). Pearson.
- Syahwela, M., Ndoluanak, Y., Sarifah, I., & Margono, G. (2025). Validitas dan Reliabilitas Instrumen Literasi Digital Mahasiswa dengan Confirmatory Factor Analysis.
- Tambunan, A., Hasibuan, S. R., Ritonga, H. P., Dongoran, I. M., Rohimah, H., Siregar, N., & Rahma, F. (2024). Konsumsi Mahasiswa Universitas.
- Yolanda Anjar Sari, M. A. R. (2020). Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Minat Berorganisasi terhadap IPK Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. 08, 122–130.
- Zed, E. Z., Indriani, S., Wati, S. F., & Bangsa, U. P. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce.
- Šostar, M. (2023). Assessment of Influencing Factors on Consumer Behavior

Using the AHP Model.

