

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. H. A. D. (2025). *Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Feb Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. 1–105.  
file:///C:/Users/HP/Downloads/Aleyda Haya Aqila Diana Ahmad-Feb (1).pdf
- Ardiansyah, J., Mansur, A., Firdaus Faiz Moh, A., & Muaz Ali Abdul, A. (2021). Impulsive Buying dalam Ekonomi: Studi Perilaku Doom Spending di Indonesia Perspektif Islam. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 5(2), 112–120.  
<https://doi.org/10.22236/alurban>
- Ardiansyah, J., & Rosyidatul May, F. (2025). Determinasi Perilaku Doom Spending pada Generasi Z di Jawa Timur: Pendekatan Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Abdul Mannan Jefri. *Al-Muroqobah: Journal of Management and Sharia Business*, 05, 150–170.
- Asnah, A., & Dyanasari, D. (2021). Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. *Deepublish*, 1–131.  
<https://ssrn.com/abstract=3786438>
- Aswari, A., Triyandari, N., & Suhatmi, E. C. (2025). *Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Keamanan Terhadap Perilaku Doom Spending pada Pengguna Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Duta Bangsa Surakarta*.
- Cahyaningdyah, D., Pitaloka, L. K., Widia, S., & Ulya, L. L. (2025). *Doom Spending and Coping Strategies: How Emotional Stress and Social Context Shape Financial Behavior*. 24(08), 686–701.
- Dika Ade Nuryani. (2018). *Repository Universitas Ngudi Waluyo Sumber Data Primer*. 01, 1–23.
- Gabriele, C. (2019). *Which method should I use to present the Mean of a 5-point Likert scale?*  
<https://doi.org/https://www.researchgate.net/post/Which-method-should-I-use-to-present-the-Mean-of-a-5-point-Likert-scale/5cb356394921ee9f8b147401/citation/download>.
- Husnayetti, Novida, I., Junarti, & Yudiman, A. T. (2025). Doom Spending Behaviour Among the Digital Generation: The Role of Financial Literacy and Social Media Interaction. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 08(06), 3821–3826.

<https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i6-44>

- Joaquim Pinto, D. Y. P. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik (Issue January)*. (Issue September).
- Kavitha, N., & Ram, G. V. (2023). *Factors Influencing Consumer Buying Behaviour in Modern Era*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Qur'an Kemenag*.  
<https://doi.org/https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=26&to=27>
- Luthfiany, G. E., & Karmanto, G. D. (2024). *Analysis Of The Doom Spending Phenomenon In The Millennial Generation and Generation Z From An Islamic Date of birth Private employees Private employees Housewives Self employed Private employees*. 1, 133–139.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)* (Zilla, Falel, Atika, & Z. Arifin (eds.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://tarbiyah.uin-suka.ac.id/>
- Marlindawaty. (2022). *Analisis faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian di modeshop balikpapan*. 13(September 2022), 236–244.
- Maulana, I. U. A., Zalviwan, M., Pratiwi, W., Dami, & Deni. (2025). *Perilaku Doom Spending Di Era Digital Pada Generasi Milenial Dan Gen Z. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 108–115.
- Mei, N., Sahabuddin, R., & Saputri, L. (2025). *Analisis Statistik Pengaruh Flash Sale , Implusivity , Dan Fear Of Missing Out ( Fomo ) terhadap Perilaku Doom Spending Pada Mahasiswa*. 2(3), 307–319.
- Mubarok, M. N., Apriani, R. A., & Adibah, N. R. (2025). *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan Analisis Perilaku Konsumen Dalam Strategi Digital Marketing : Studi Literatur Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*. 6(2).
- Munthe, R. N. ., & Nasution, M. (2023). *Dampak fenomena standar tiktok terhadap gaya hidup doom spending gen z kota medan*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 9(2), 111–120.
- Nidaa, I., & Krianto, T. (2022). *Scoping Review: Faktor Sosial Budaya Terkait Pemberian Asi Eksklusif Di Indonesia*. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 20(1), 9–16.  
<https://doi.org/10.54911/litbang.v20i1.190>

- Novyarni, N., & Dewi, M. (2019). *Pengaruh Sales Growth , Leverage , Operating Capacity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Prediksi Kesulitan Keuangan*. 1177.
- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. [https://doi.org/https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://doi.org/https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Pratama, R., Ramadhan, A., & Hasanah, U. (2025). *Pengaruh lama usaha , modal usaha dan inovasi terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal*. 5(2), 515–531.
- Putri, M. C., & Melati, I. S. (2025). Generasi Z dan Doom Spending: Pengaruh Pendapatan, Media Sosial dan Gaya Hidup di Kota Tegal. *Journal Management, Business, and Accounting*, 24(1), 2655–2826.
- Rafiah, A. D., Rohayati, N., & Pertiwi, A. (2025). *Generasi Z dan Doom Spending : Analisis Prediktor Motivasi Belanja Hedonis dan Fomo terhadap Pembelian Impulsif di Era Digital Generation Z and Doom Spending : A Predictor Analysis Hedonic Shopping Motivation and Fomo Towards Impulsive Buying in The Digit*. 10, 258–267.
- Rizky, A., Khoirul Fikri, M., & Ratna Wulan, E. (2025). Doom Spending Among Generation Z: An Analysis Of Impulsive Buying Behavior On E-Commerce Platforms. *Journal of Management and Islamic Finance*, 15(1), 61–70.
- Robinson, E., Roberts, C., Vainik, U., & Jones, A. (2020). *The Psychology of Obesity: An Umbrella Review and Evidence-Based Map of the Psychological Correlates of Heavier Body Weight, Neuroscience & Biobehavioral*. 119(ISSN 0149-7634), 468–480. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2020.10.009>
- Sahabuddin, R., & Syafitri, N. (2025). Pengaruh Flash Sale, Impulsivity dan Fear of Missing out (Fomo) Terhadap Doom Spending pada Mahasiswa di Kota Makassar Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Interdisipliner*, 1(5), 116–131.
- Sahri, D. R., Poyo, M. D., & Waskito, B. (2025). *Pengaruh Live Shopee Terhadap Doom Spending Anggota Karang Taruna Kelurahan Gunung Terang Bandar Lampung*. 12(1), 353–358.
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Dr. Sugiyono*.

- Sustiyo, J. (2020). Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z? *Jmms*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i1.592>
- Syaputra, S. H., Armiani, A., Wardah, S., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Motivasi, Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Informasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 762–774. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i4.93>
- Syaugie, A., & Nurhajati, L. (2025). Online Media Framing Pada Fenomena Pemberitaan Doom Spending di. *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7, 303–320.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Yurisman, Fadillah, & Syafitri. (2025). Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Perilaku Konsumen di Era Modern. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(3089–1760), 471–475.