

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Halim, Rustono Farady Marta, and Christanti Christanti. "Dampak Strategi Pemasaran Digital Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kesehatan Selama Pandemi Di Indonesia." *Communication* 12, no. 2 (2021): 122. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1500>.
- Agustianti, Rifka, Pandriadi, Lissiana Nussifera, Wahyudi, L. Angelianawati, Iगत Meliana, Effi Alfiani Sidik, et al. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Makassar: CV. Tohar Media, 2022.
- Ahmad, Siti Hadidjah, Tineke Wolok, and Zulfia K Abdussamad. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 2 (2022): 784–93. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16550>.
- ahmadi. "Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2020): 506–15. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>.
- Alifah, Nuri Herachwati, and Ridan Muhtadi. "Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour: (Studi Pada Masyarakat Pamekasan)." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 6. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/ulumuna/article/view/6218>.
- Alwafi, Fachrizi, and Rizal Hari Magnadi. "Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com." *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 2 (2016): 5. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Amarulloh, Laqfan Falasifa, and Abdurroh mim. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Dewasa Awal Petet Tuntang Kabupaten Semarang Jawa Tengah." *Prosiding KONSTELASI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU)* 5, 2021, 107–11.
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, Nyoman Sri Ariantini, Ni Gusti Ayu Lia Rusmayanti, Dwi Astarani Aslindar, Kori Puspita Ningsih, et al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Andriani, Lina Atika, and Harti Harti. "Pengaruh Emosi Positif, Potongan Harga, Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal*

- Ekonomi Unmul* 23, no. 3 (2021): 454–62.
- Annur, Cindy Mutia. “Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global per Kuartal II (2018-2022).” databoks, n.d. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbaru>.
- Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, and Kholid Murtadlo. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WWOM) Dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung.” *Sketsa Bisnis* 6, no. 1 (2019): 13–21. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>.
- Arifin, Sagita E. N., Bode Lumanauw, and Jane Grace Poluan. “Pengaruh E-Wom, Food Quality Dan Servicescape Terhadap Niat Berkunjung Di Pondok Hijau Restaurant Manado.” *1272 Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021): 1272–81.
- Aritonang, Yosua Arent Lonardo, and Anton Arisman. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay).” *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, X, 2017, 1–17.
- Arum, Dewi, and Riza Noviana Khoirunnisa. “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee.” *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 9 (2021): 92–102.
- Asmuni, Hadiqoh. “Peran Lingkungan Sosial Terhadap Kontrol Diri Kaum Milenial.” *Al-Fikrah* 2, no. 2 (2019): 119–34.
- Astasari, Apriyanti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa UNY.” *Waisya : Jurnal Ekonomi Hindu* 8, no. 3 (2019): 190. <https://doi.org/10.53977/jw.v1i2.705>.
- Averill, James R. “Personal Control over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress.” *Psychological Bulletin* 80, no. 4 (1973): 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>.
- Awal Kurnia Putra Nasution. “Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z.” *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* 13, no. 1 (2020): 80–86.
- Balik, Dessy, and Fenri Abraham Stevi Tupamahu. “Efek Moderasi Kontrol Diri Pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online.” *Public Policy: Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis* 1, no. 2 (2020). <https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>.
- Bataineh, Abdallah Q. “The Impact of Perceived E-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image.” *International Journal of Marketing Studies* 7, no. 1 (2015): 126–37.

- <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>.
- Baumeister, Roy F. "Yielding Impulsive to Temptation: Self-Control Purchasing, and Failure." *CHICAGO JOURNALS* 28, no. 4 (2002).
- Behavior, Organizational, and Icek Ajzen. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavioral and Human Decision Processes* 5978, no. December 1991 (2019). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Berliana, Eliya, Nadila Nurhalizah, Ningsih Wahyuni, Lesi Hertati, Terttiaavini, and Asmawati. "Peran Dunia Digital Sistem Informasi Manajemen Pembelanjaan Online Dan Offline Yang Bekerja Melayani Konsumen." *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2022): 44–55. <https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/glow/index><https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/glow/index%7C44>.
- Bhakti, Caraka Putra, and Nindiya Eka Safitri. "Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan." *Konseling GUSJIGANG* 3, no. 1 (2017): 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072.
- Billy Nugraha. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Danuri, Muhamad. "Development and Transformation of Digital Technology." *Infokam* 15, no. 2 (2019): 116–23.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Darmawan, Didit, and Arif Rachman Putra. "Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif." *Relasi: Jurnal Ekonomi* 18, no. 1 (2022): 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 320. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Deborah, Wiendy, and Keni. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2019): 102–9. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4933>.
- Desi Lestari, Erika, and Ce Gunawan. "Pengaruh E-Wom Pada Media

- Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli.” *Februari 2021 EMBISS* 1, no. 2 (2021): 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>.
- Diana, Duwi. “Hubungan Body Image Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 7, no. 3 (2019): 433–40. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4802>.
- Diba, Dira Sarah. “PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 03 (2013): 2176–81. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Dona, Novita Fitria, Alfatory Rheza Syahrul, and Vivina Eprillison. “Kepercayaan Pelanggan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Citra Perusahaan, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Online Lazada.” *PROSPEK Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2021).
- Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E, M, M., QWP. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- drs. Danang sunyoto, s.h., s.e., M.m. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi*. Sleman: Deepublish, 2019.
- Duwi Priyatno. *Buku Saku Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2011.
- Effendi, Syahrul, Faris Faruqi, Maya Mustika, and Rudi Salim. “Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17, no. 02 (2020): 22–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.332>.
- Fadhilah, and Galih Ginanjar Saputra. “Pengaruh Content Marketing Dan E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z.” *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen Inovasi* 17, no. 3 (2021): 505–12.
- Fadhillah, Naufal Rizki, and Suryo Ediyono. “Perilaku Konsumtif Oleh Masyarakat Konsumsi Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard [Studi Kasus: Tiktok Shop]” 1, no. 1 (2023): 39–43. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj>.
- Fatmawati, Endang. “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan.” *Iqra’: Jurnal*

- Perpustakaan Dan Informasi* 9, no. 1 (2015): 1–13.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.
- Fatmawati, Noor. “Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop.” *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 29, no. 1 (2020): 29–38.
<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus, 2021.
- Ghufron, M. Nur, and Rini Risnawita S. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016.
- Gruen, Thomas W., Talai Osmonbekov, and Andrew J. Czaplewski. “EWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Know-How Exchange on Customer Value and Loyalty.” *Journal of Business Research* 59, no. 4 (2006): 449–56.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>.
- Gumilar, Ivan. *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Bandung: utamalab, 2007.
https://books.google.co.id/books?id=ln8_EO_TevsC.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Asri Publishing, 2020.
- Hasanah, Miftahul, Nisa Hanum Harani, and Noviana Riza. *Implementasi Barcode Dan Algoritma Regresi Linear Untuk Memprediksi Data Persediaan Barang*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Hennig-thurau, Thorsten, Kevin P Gwinner, Giafranco Walsh, and Dwayne D Gremler. “Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet ?” *Journal of Interactive Marketing* 18, no. 1 (2004). <https://doi.org/10.1002/dir.10073>.
- Hidayatullah, Syarif, Stella Alvianna, Estikowati, Ike Kusdyah Rachmawati, Abdul Waris, Eko Aristanto, and Ryan Gerry Patalo. *Metodologi Penelitian Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023.
- Iliah, Leni Rofatul, and Muhammad Aswad. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Kabupaten Kediri.” *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, no. 3 (2022): 209–24.
- Indrajaya, S. “Analisa Pengaruh Kemudahan Belanja, Kualitas Produk Belanja Di Toko Online.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial* 5, no. 2 (2016): 136.
- Indriyani, Ratih, and Atita Suri. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>.
- Ismanto, Hadi, and Silviana Pebruary. *Aplikasi SPSS Dan Eviews Dalam*

- Analisis Data Penelitian*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Istanti, Fredianaika. “Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanjaonline Di Kota Surabaya.” *Jurnal Bisnis Teknologi* 4, no. 1 (2017).
- Jalilvanda, Mohammad Reza, Sharif Shekarchizadeh Esfahani, and Neda Samiei. “Electronic Word-of-Mouth: Challenges and Opportunities.” *Procedia Computer Science* 3 (2011): 42–46. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2010.12.008>.
- Jannah, Nurul Lailatul. “Tanggapan Belanja Online Melalui TikTok Shop,” 2023.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Kanusta, Maria. *Gerakan Literasi Dan Minat Baca*. Jakarta: Cv Azka Pustaka, 2021.
- Kasoga, Pendo Shukrani, and Amani Gration Tegambwage. “Psychological Traits and Investment Decisions: The Mediation Mechanism of Financial Management Behavior – Evidence from the Tanzanian Stock Market.” *Journal of Money and Business* 2, no. 2 (2022): 223. <https://doi.org/10.1108/jmb-05-2022-0028>.
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Lemeshow, Stanley, David W. Hosmer Jr., Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- Lisma Yana Siregar, Muhammad Irwan Padli Nasution. “Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatanbisnis Online.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020).
- Liwe, Farli. “Kesadaran Merek, Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* Vol. 1, no. No. 4 (2013): 5–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3420>.
- Lukito, Wibi Anindra, and Aswin Fahmi D. “Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa.” *Journal of Economics and Accounting* 1, no. 2 (2020): 90–95.
- Mahyarni. “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku).” *El-Riyasah* 4, no. 1 (2013).

- Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mukaromah, Mar'atul, Tarisa Novita Indana Zulva, Olifiani Nurul Malida, and Yeti Oktafia. "Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying Pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Psychopathological Analysis of the Tendency of Impulsive Buying to One of Universitas Negeri Semarang Students)." *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set* 12, no. 2 (2021): 117–24.
- Mukhtar, Martins Yamin, and Abdul Hobir. *Menakar Komitmen Guru*. Jambi: Salim Media Indonesia, 2017.
- Mulyono. *Berprestasi Melalui Uji JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Mumtaha, Hani Atun, and Halwa Annisa Khoiri. "Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce)." *PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik* 4, no. 2 (2019): 55–60.
- Nawari. *Analisis Regresi Dengan MS Excel 2007 Dan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Nayebzadeh, Shahnaz, and Maryam Jalaly. "Investigating Iranian Female Muslim Consumer Impulse Buying Behaviour Used as a Form of Retail Therapy." *Journal of Islamic Marketing* 5, no. 2 (2014): 315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2012-0029>.
- Ngarmwongnoi, Chananchida, João S. Oliveira, Majd AbedRabbo, and Sahar Mousavi. "The Implications of EWOM Adoption on the Customer Journey." *Journal of Consumer Marketing* 37, no. 7 (2022). <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2019-3450>.
- Noviandi, Ardi. "Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 2, no. 1 (2021): 25–29. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i1.652>.
- Nurdin, Ismail, and Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Nuryani, Arjuna Wiwaha, and Wenny Chandra Mandagie. "Kepuasan Pengguna Aplikasi Pembayaran Online Ditinjau Dari Kemudahan Penggunaan Dan Pengalaman Berbelanja." *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)* 3, no. 1 (2022): 2.
- P., A. Q. Candra Mustika Intan H., Herman, and Febrina Hambalah. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal Industri Kreatif*

- Dan Kewirausahaan* 6, no. 1 (2023): 1–11.
- Pranidia, Dwirana Mei Aftitak, and Muhammad Anasrulloh. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online Bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.” *Jurnal Economia* 2, no. 7 (2023): 1625–38. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>.
- Pratomo, Dimas, and Liya Ermawati. “Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta).” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 240–52. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.103>.
- Prof. Dr. Syamsul Bachri Thalib, M.Si. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019.
- Putri, Silvia. “Tanggapan Belanja Online Melalui TikTok Shop,” 2023.
- Putta, Ariyananda Pantana, and Ahmad Badawi Saluy. “Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Lazada Di Karawang.” *Indikator* 3, no. 3 (2019). <https://doi.org/10.22441/indikator.2019.v3i3.002>.
- Qurniawati, Rina Sari, and Yulfan Arif Nurohman. “EWOM Pada Generasi Z Di Sosial Media.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* 20, no. 2 (2018).
- Rahayu, Laily Bunga, and Nur Syam. “Digitalisasi Aktivitas Jual Beli Di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial.” *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 4, no. 2 (2021): 672–85. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>.
- Rahayu, Sri, and Imam Sukwatus Suja'i. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial* 16, no. 2 (2022): 288–96. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.34026>.
- Rahmaningsih, Desi, and Devilia Sari. “Pengaruh E-WoM Di Sosial Media Tiktok Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kosmetik Di Indonesia.” *YUME : Journal of Management* 5, no. 2 (2022): 371–78. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2429>.
- Ramdhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021.
- Rastati, Ranny. “Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi

- Z Di Jakarta.” *Jurnal Kwangsan* 6, no. 1 (2018): 60. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73>.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: Adab, 2023.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Ini Sederet Alasan Seseorang Berbelanja Impulsif Di E-Commerce.” 23 November, 2022. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/ini-sederet-alasan-seseorang-berbelanja-impulsif-di-ecommerce>.
- Roza, Rahmi, Mohammad Nurkamal Fauzan, and Woro Isti Rahayu. *Buku Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Rozaini, Noni, and Bismi Aditya Ginting. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion” 8, no. 1 (2019): 1–9.
- Ruhamak, Muhammad Dian, and Afif Nur Rahmadi. “Pengaruh E-WOM, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare-Kediri).” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7, no. 2 (2019): 233. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6160>.
- Sa’adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. “Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok.” *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2, no. 5 (2022): 131–40. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>.
- Sa’diah, Zulfatus, Safika Maranti, and May Shinta Retnowati. “Analisis Persepsi Masalah Dalam Melakukan Pembelian Kompulsif.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 11, no. 2 (2021): 92–100.
- Santi, Indyah Hartami, and Bayu Erdani. *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.
- Saragih, Liharman, Lili Fadli Muhammad, and Fransiskus Korosando. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2023.
- Sari, Hastuti Indra. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare.” *Cakrawala: Ekonomi Dan Bisnis* 28, no. 1 (2021): 1–9.
- Sari, Meci Nilam, Rika Septrizarty, Wila Farlina, Azmen Kahar, and Agus Nurofik. “Analisis Strategi Bisnis UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial TikTok Shop.” *Journal of Economic and Management Scienties* 5, no. 1 (2022): 5. <https://ojs.hr-institut.id/index.php/JEMS/article/view/155>.
- Sari, Meita Wulan, and Zaki Baridwan. “Sikap Penggunaan Mobile

- Commerce: Modifikasi Teori Technology Acceptance Model.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 1, no. 2 (2012): 1–21.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Stern, Hawkins. “The Significance of Impulse Buying Today.” *Journal of Marketing* 26, no. 2 (1962): 59. <https://doi.org/10.2307/1248439>.
- Sugiarto, Dirgibson Siagian. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV ALFABETA, 2018.
- Sulistianti, Rossy Ayu, and Nugraha Sugiarta. “Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok).” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6, no. 1 (2022): 3456–66. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>.
- Suratno, Suratno, Denny Denmar, and Hepy Hepy. “Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 4 (2021): 501–15. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.454>.
- “Survei Profil Internet Indonesia 2022.” APJII. Accessed January 7, 2023. <https://apjii.or.id/gudang-data/hasil-survei>.
- Susanto, Pega Astria, and Siti Ina Savira. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace.” *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 9 (2021).
- Tambunan, Sari Bulan. *Determinasi Kualitas Laporan Keuangan Pada Organisasi Bisnis (Tinjauan Pada UMKM)*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2023.
- Tanriady, Inneke, and Fanny Septina. “Pengaruh E-Wom Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion Di Shopee Pada Mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya.” *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 5, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v5i1.800>.
- Tripambudi, Bagas, and Endang Sri Indrawati. “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro.” *Jurnal*

- EMPATI* 7, no. 2 (2018): 597–603.
<https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Utami, Alvi Rizki Hady's. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce." *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 6 (2020): 79–93.
- Venia, Mevi, Faisal Marzuki, and Yuliniar. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna E-Commerce)." *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2021): 929–41.
- Wilujeng, Sri. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang." *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang* 457 (2017).
- Wulandari, Delfia, and Prima Aulia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang." *Jurnal Riset Psikologi* 5, no. 4 (2022): 178–86.
- Wulandari, Widya, Yayang Furi Furnamasari, and Dinie Anggraeni Dewi. "Urgensi Rasa Nasionalisme Pada Generasi Z Di Tengah Era Globalisasi." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021).
- Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem. "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.

