

Daftar Pustaka

- Abu, Narbuko Cholid dan Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Aditya, Ascasaputra, Kiki Yulia Pramestya, Winda Puji Lestari, and Mohammad Fauzan Irawan. “Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 15, no. 2 (2020): 262.
- Aini, Nur, Syamsul Arifin, Lis Setyowati, Nur Hidayah, and Aisyah Darti. “Financial Literacy on Impulsive Buying Behavior in Y Generation” 1, no. 1 (2020): 73.
- Alfani, Muftin Hasan. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah.” *Journal Of Economic, Business and Accounting* 2, no. 1 (2020): 376.
- Anita, Komang Yuni, and Ni Made Wulandari Kusumadewi. “The Effect of Promotion on Impulse Buying With Shopping Emotion As a Mediation Variable.” *International Journal of Business Management and Economic Review* 04, no. 04 (2021): 310.
- APJII.or.id. “Hasil Survey Internet Di Indonesia 2022.” <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>.
- Ariyanti, Lilis, and Sri Setyo Iriani. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur).” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal*

Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan 1, no. 5 (2022): 491–508.

Ayuningtyas, Maximilla Febriana, and Atika Irawan. “The Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers Impulsive Buying Behavior With Self-Control As Mediating Variable.” *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs* 3, no. 9 (2021): 155.

Bagyarta, Samsi Dimastita, and Diah Dharmayanti. “Analisa Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Repurchase Intention Pada Industri Pusat Kebugaran Kelas Menengah Atas Di Sidoarjo.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 3.

Barakah, Ainun. “Utilitas Dalam Perilaku Konsumen Perspektif Nilai Keislaman.” *Cendekia: Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 2 (2018): 235.

Bhabha et al. (2014). “Impact of Financial Behavior of Working Women in the Developing Countries.” *Research Journal of Finance and Accounting* 13, no. 5 (2014): 118.

Cahyono, Krido Eko, Khuzaini Khuzaini, and Hermono Widiarto. “Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20, no. 2 (2018): 188–208.

Chan, G F, I Akhmad, and H T Hinggo. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru.” ... , *Accounting and Business Journal* 2, no. 1 (2022): 158.

Chaudhry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi IIsam Prinsip Dasar*

(*Fundamental Of Islamic Economic System*). Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.

Cuandra, Fendy. “Impulsiveness in Online Era The Role of Utilitarian and Hedonic Value on Impulsiveness and Impulse Buying Behaviour of Batam Comunity.” *Jurnal Inovasi Bisnis* 10 (2020): 90.

Dayyan, Muhammad, Nurjanah, and Uci Dinda Ayu Bestari. “Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Langsa.” *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 7, no. April (2022): 192.

Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.

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.

Erdiantama, Rizki Azandika, and Hafid Setyo Hadi. “Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif.” *Jurnal Multi Media dan IT* 5, no. 1 (2021): 107–116.

Euis, Muhammad Nur Rianto Al Arif dan Amalia. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.

Fadlan, Abi, and Rizki Yudhi Dewantara. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62, no. 1 (2018): 82–89.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFil>

e/2652/3045.

Febria, Monica, and Adrie Oktavio. "Peran Positive Emotion Sebagai Intervening Variable Antara Sales Promotion Dan Impulse Buying Behaviour Pada Pengguna E - Wallet Pengunjung Tunjungan Plaza Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 2 (2020): 67–76.

Firmansyah. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning and Strategy*. Jakarta: Qiara Media, 2019.

Henky, Ghozali Imam dan Latan. *Partial Least Square Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip, 2015.

Heri, Junaidi. *Metodologi Penelitian Berbasis Temukenali*. Palembang: Rafah Press, 2018.

Imam, Ghozali. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Dengan SmartPLS 3.0*. Semarang: Modul Ajar, 2015.

Irawan, Maximilia Febriana Ayuningtyas dan Atika. "The Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers Impulse Buying Behaviour With Self-Control As Mediating Variable." *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs* 3, no. 9 (2021): 155.

Izatul Aini, Aula, and Aushofun Niha. "Impulse Buying Behavior Santri Perspektif Masalah Imam Al-Ghazali." *Online) Terakreditasi Nasional. SK* XII, no. 1 (2020): 19.

Jogiyanto. *Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.

Kardiyem, Leni Setia Ningsih dan. "Pengaruh Nilai Hedonik, Kualitas Pelayanan,

- Nilai Utilitarian Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Brand Trust.” *Journal, Economic Education Analysis* 9, no. 3 (2020): 730.
- Kim, Jungkeun, Seongseop (Sam) Kim, Jihoon Jhang, Negin Ahmadi Saber Doust, Ricky Y.K. Chan, and Frank Badu-Baiden. “Preference for Utilitarian or Hedonic Value Options during a Pandemic Crisis: The Moderation Effects of Childhood Socioeconomic Status and Sensation-Seeking.” *International Journal of Hospitality Management* 110, no. December 2022 (2023): 103427. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103427>.
- Krido Eko Cahyono, Khuzaini, dan Hermono Widiarto. “Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitaraian Value Terhadap Impulse Buying.” *Ekuitas (Jurnal ekonomi dan keuangan)* 20, no. 2 (2018): 188–208.
- Kumar, Suresh, Christalita Watung, Josephine Eunike, and Lusianna Liunata. “The Influence of Literacy towards Financial Behavior and Its Implication on Financial Decision: A Survey of President University Student in Cikarang-Bekasi.” *FIRM: Journal of Management Studies* 2, no. 1 (2017): 171.
- Laily, Nujmatul. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan.” *Journal of Accounting and Business Education* 1, no. 4 (2016).
- Lemiyana, L, and R I Permatasari. “Peranan Financial Technology (Fintech) Pada Investor Millenial Dalam Penggunaan Aplikasi Brights.” *Prosiding Seminar Nasional ...* 5 (2022): 21.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. “Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth.” *Journal of*

Monetary Economics 54, no. 1 (2007): 205.

———. “The Economic Importance of Financial Literacy.” *Journal of Economic Literature* 52, no. 1 (2013): 65.

Miftahuddin, Miftahuddin, and Decky Hendarsyah. “Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 1 (2019): 30.

Moelgini, Yoke, Pengaruh Pembayaran, Non Tunai, Terhadap Jumlah, and Uang Yang. “Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Yang Diminta Masyarakat (M1) Dan Perekonomian” 8, no. 3 (2019): 285–306.

Mowen J.C dan Minor, M. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

Muhammad Yusuf, Ryna Parlyna, Fitri Handayani. “Peran Ketersediaan Uang Dalam Memoderasi Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Utilitarian Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2, no. 1 (2021): 14.

Munandar, Imam. “Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Shopee Melalui Hedonic Shopping Motivation Dan Utilitarian Value Sebagai Intervening (Survey Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa* 6, no. 1 (2022): 9.

Al Mutanafisa, Tasneem, and Retnaningsih. “The Effect of Sales Promotion and Knowledge on Impulsive Buying of Online Platform Consumers.” *Journal of Consumer Sciences* 6, no. 1 (2021): 88.

- Nainggolan, Hermin. “Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan” 5, no. 1 (2022): 816.
- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nanda, Teuku Syifa Fadrizha, Ayumiati, and Rahmaton Wahyu. “Tingkat Literasi Keuangan Syariah : Studi Pada.” *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2019): 144.
- Ningsih, Leni Setia, and Kardiyem. “Pengaruh Nilai Hedonik, Kualitas Pelayanan, Nilai Utilitarian Terhadap Impulsive Buying Melalui Brand Trust.” *Journal, Economic Education Analysis* 9, no. 3 (2020): 730.
- Noble, Stephanie M., David A. Griffith, and Marc G. Weinberger. “Consumer Derived Utilitarian Value and Channel Utilization in a Multi-Channel Retail Context.” *Journal of Business Research* 58, no. 12 (2005): 1644.
- Novi Yushita Amanita. “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi.” *Nominal :Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* VI, no. 1 (2017): 11.
- Ojk.co.id. “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025.” <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>.
- Ojk.go.id. “SAL SEOJK 30 - Literasi Keuangan.” [https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL SEOJK 30 - Literasi](https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL_SEOJK_30_-_Literasi)

Keuangan.pdf.

Panasea;, I Gede Nandya Oktora, Ni Nyoman Rsi; Respati;, and Komang Riska Febyanti Mastama. “Peran Promosi Dan E-Wallet Memoderasi Pengaruh Kualitas Website Pada Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Marketplace” 11, no. 05 (2022): 640.

Paramitha, Ni Putu Inten Nindya, Sulhaini Sulhaini, and Akhmad Saufi. “The Effect of Hedonic Shopping and Utilitarian Values on Impulse Buying Moderated by Gender on the Marketplace.” *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 9, no. 2 (2022): 54.

Prasetia, Khalid Hamzah. “Pengaruh Hedonic Shopping, Promotion, Dan Shopping Life Style Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa UM Magelang).” Universitas Muhammadiyah Magelang, 2020.

Pulungan, Delyana Rahmawaty, and Hastina Febriaty. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 6.

Putri, N M E, and B Sudaryanto. “Analisis Pengaruh Price Discount Dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 2 (2022): 1.

Rafidah, Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Muliyan Muliyan. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Jurnal Economina* 1, no. 1 (2020): 49–62.

- Ramadany Cherly, Artadita Sherly. "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Indonesia." *YUME : Journal of Management* 6, no. 1 (2023): 606–614.
- Rohmah, Ainur. "Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 3 (2020): 2.
- Ronald, Hutabarat. *Perencanaan Dan Pengembangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Rook, Dennis W., and Robert J. Fisher. "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior." *Journal of Consumer Research* 22, no. 3 (1995): 305.
- Rosinta, Dwi Aryani dan Febriana. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Bisnis dan Birokrasi, Jurnal ilmu Administrasi dan Organisasi* 17, no. 2 (2010): 114–115.
- Rosyida, Syafitri, and Anik Lestari Anjarwati. "Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 16, no. 1 (2016): 107.
- Rozaini, Noni, and Bismi Aditya Ginting. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion." *Niagawan* 8, no. 1 (2019): 2.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Rubera, Andreas B. Eisingerich dan Gaia. "Drivers Of Brand Commitment : A

- Cross National Investigation.” *Journal of International Marketing* 18, no. 2 (2010): 15.
- Sadono, Sukirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Septiana, Irma, and Widyastuti Widyastuti. “Pengaruh Sales Promotion, Product Quality, Dan Hedonic Behavior Pada Impulse Buying.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 2 (2021): 704.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Setyorini, Yiyis Dwi. “Pengaruh Promosi, Kemudahan Akses, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung” (2020).
- . “Pengaruh Promosi, Kemudahan Akses, Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung” (2020).
- Shaleha, Waode Maratun, Nisrina Hamid, and Al Asy Ari Adnan Hakim. “Pengaruh Hedonic Shopping Value, Utilitarian Value, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Minnisou Lippo Plaza Kendari.” *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)* 6, no. 2 (2020): 91–99.
- Sinaga, Eka Mayastika. “Studi Komparatif Penggunaan Ddigital Payment Terhadap Perilaku Online Impulse Buying (Studi Kasus : Pengguna Ovo , Gopay Dan Shopeepay).” *Edunomika* 06, no. 02 (2022): 1.

- Siyoto, sadu dan m. Ali sodik. *Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: literasi media publishing, 2015.
- Soejono, Fransiska, Anastasia Sri Mendari, and Irin Fitria. “Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi: Studi Pada Pasangan Muda.” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 20, no. 1 (2022): 27–42.
- Soraya, Elly, and Anis Lutfiati. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan.” *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 02 (2020): 117.
- Sudarno, Sukirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sugiharti, Harpa, and Kholida Atiyatul Maula. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.” *Accountthink: Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019): 804–818.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharni, Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Sujianto, Agus Eko, Zaini Zaini, and Liatul Rohmah. “Pendampingan Literasi Keuangan Syariah Penerbit Cahaya Abadi Tulungagung.” *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 10, no. 1 (2019): 46.
- Suratno, Rosmiati, dan Eko Siswono. “Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya, Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impusif.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2021): 74.
- Suratno, Suratno, Rosmiati Rosmiati, and Eko Siswono. “Pengaruh Online Shop ,

Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2021): 74.

Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Tran, Van Dat. “Consumer Impulse Buying Behavior: The Role of Confidence as Moderating Effect.” *Heliyon* 8, no. 6 (2022): e09672. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09672>.

Waode Maratun Shaleha, Nisrina Hamid, dan Al Asy Ari Adnan Hakim. “Pengaruh Hedonic Shopping Value, Utilitarian Value, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Minniso Lippo Plaza Kendari.” *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan* 6, no. 2 (2020): 91–99.

Winanda, Sheni Mega. “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy Dan Locus of Control Terhadap Personal Financial Management Behaviour.” Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2021.

———. “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy Dan Locus of Control Terhadap Personal Financial Management Behaviour.” *Institut Infomatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung* (2021).

Wiratna, Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.

Wulan, Winda Noor Nawang, Suharyati Suharyati, and Rosali Rosali. “Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee.” *Ekonomi dan Bisnis*

6, no. 1 (2019): 55.