

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2024). *Pengaruh impulsive buying dan regulasi diri terhadap perilaku berhutang pada mahasiswa pengguna Shopeepaylater di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin* (Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora). Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey design: Cross sectional dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 31-39.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123-130.
- Ahmad, N. E. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Aliffarizani, M. (2015). *Pengaruh kontrol diri, pengetahuan keuangan dan nilai materialisme terhadap perilaku pengelolaan keuangan guru sekolah menengah umum di Gresik* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Almasyhari, A. K., Sukesti, F., Priatnasari, Y., & Fauziah, G. I. (2024). Edukasi masyarakat dalam mengenali impulsive buying di era digital ekonomi. *Jurnal Abdikaryasakti*, 4(2), 165-182.
- Andanni, R. M. (2021). Analisis tren online live streaming pada website dan YouTube televisi berita di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 35-50.
- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Anggraini, L. P., & Hudaniah, H. (2023). Hubungan self-control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Cognicia*, 11(2), 140-148.
- Anggraini, S. I. (2024). Pengaruh kontrol diri, promosi, dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee (studi kasus pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 750-759.
- Anggriani, R., & Athar, H. S. (2017). Pengaruh sifat materialisme, motivasi hedonik terhadap impulsive buying dan kecenderungan compulsive buying secara online di kalangan mahasiswa Universitas Mataram. *JMM UNRAM-Master of Management Journal*, 6(2).
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). Analisis perbedaan pembelian impulsif ditinjau dari gender konsumen pada Puncak Toserba Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1).
- Anitasari, M., & Zoniarti, Z. (2024, December). Faktor yang mempengaruhi terjadinya impulsive buying dalam berbelanja online di Shopee. In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (pp. 63-70).
- Aprita, Y. M., Nuraeni, Y. S., Damayanti, S., & Irawati, D. (2024). Pengalaman mahasiswa Ubsi dalam berbelanja di online shop: Studi fenomenologi pada

- perilaku konsumtif di era digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 18981-18994.
- Arbaiah, M., Pandjaitan, D. R., & Ambarwati, D. A. S. (2022). Pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada situs marketplace Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 55-65.
- Ardianti, R., & Megasari, R. (2021). Pengaruh intensitas informasi teman sebaya, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada GenBI Universitas Negeri Malang periode 2020-2021. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan (JEBP)*, 1(8), 763-775.
- Atunnisa, M., & Firdiansyah, Y. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(3), 279-295.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010-2020.
- Awaliyah, A., & Listiyandini, R. A. (2017). Pengaruh rasa kesadaran terhadap kesejahteraan psikologis pada mahasiswa. *Jurnal Psikogenesis*, 5(2), 89-101.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan sosial dan ketergantungan media sosial pada mahasiswa. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201-210.
- Azwar, S. (2024). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi 3). Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2022). *Metode penelitian psikologi* (Edisi II). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2022). *Reliabilitas dan validitas* (Edisi 4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bestari, K. P. (2023). *Pengaruh promosi Shopee affiliate, promosi bellow the line, dan positive emotion terhadap keputusan pembelian impulsif secara online (Studi kasus mahasiswa pengguna aplikasi Shopee di UINSU)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Cantikasari, Y., & Basiya, R. (2022). Pengaruh motivasi hedonis, materialisme, dan shopping lifestyle terhadap pembelian impulsif. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 33-43.
- Chan, T. K., Cheung, C. M., & Lee, Z. W. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information & Management*, 54(2), 204-217.
- Damayanti, N. (2023). *Pengaruh status sosial orang tua dan literasi ekonomi terhadap tingkat konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan (JEBP)*, 1(8), 718-734.
- Dhameria, V., Ferdinand, A. T., & Mudiantono, M. (2014). *Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk, kondusivitas store environment, kualitas display produk terhadap keputusan pembelian impulsif (Studi pada*

- pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang*) [Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro]. Universitas Diponegoro Repository.
- Efendi, R., Indartono, S., & Sukidjo, S. (2019). The mediation of economic literacy on the effect of self-control on impulsive buying behaviour moderated by peers. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 98.
- Ekawati, N. W., Giantari, I. G. A. K., Indrawati, K. R., Hermarani, P. A., & Pharamadita, I. P. A. W. (2024). *Paradigma perilaku pembelian impulsif dan kompulsif pada generasi Z*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Evi, D. (2023). *Hubungan antara tipe kepribadian big-five personality dan display product dengan pembelian impulsif pada mahasiswa yang melakukan pembelian online* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Fauziah, N. (2021). *Pengaruh materialistik, Self-Gift, dan kesejahteraan subjektif terhadap pembelian Impulsif* (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh nilai-nilai hedonis dan konsep diri terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). *E-Jurnal Manajemen KINERJA, Universitas Narotama, Surabaya*, 2(02), 331-336.
- Fithriyani, S. I. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Foong, K. J., Chong, K. Y., & Lee, S. Y. (2022). *The relationship between online impulsive buying behaviour, materialism, and subjective wellbeing among Malaysian young adults* (Doctoral dissertation, UTAR).
- Ghany, M. A., Badun, B., Ruba, M. G., & Setianingsih, R. M. (2024). Pola konsumsi masyarakat perkotaan berdasarkan penggunaan e-money. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 3(1), 40-50.
- Gujarati, D. N. dan Dawn C. Porter. 2012. *Dasar-dasar ekonometrika*.
- Gunawan, M. A., & Sukresna, I. M. (2023). Pengaruh potongan harga, kenyamanan, interaktivitas, dan keterlibatan terhadap niat pembelian impulsif pada fitur live streaming di platform e-commerce. *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Hajati, D. I. (2023). Pengaruh adiksi internet, sifat materialisme, motivasi belanja hedonis dan promosi terhadap online impulse buying. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 32-43.
- Hajriyanti, R., & Zahra, R. (2024). Pengaruh faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif online produk fashion melalui siaran langsung: Perbandingan antara Instagram dan TikTok. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(2), 1-15.
- Hakim, A. R., Mora, L., & Rahmawati, S. (2022). *Analisis data penelitian kuantitatif untuk skripsi: Sederhana, mudah dan menyenangkan*. UAI Press.
- Halawa, Y. (2024). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Handayani, N. S., & Julianti, A. (2023). Kontrol diri dan pembelian impulsif studi meta-analisis. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 2(2), 74-87.

- Handijaya, S. N. (2024). *Pengaruh customer intension's Shopee live pada followers @bonnetofficialsupermarket terhadap impulsive buying* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Hasya, E., Hamid, A. N., & Kusuma, P. (2023). Pembelian impulsif melalui online shopping pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(6), 1193-1201.
- Husna, A. N. (2016). Psikologi anti-materialisme. *Buletin Psikologi*, 24(1), 12-22.
- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). Impulse buying di e-commerce Shopee. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 3(1).
- Inilah. (2024). *Data pengguna internet di indonesia 2024 meningkat drastis*. Inilah.com
- Ismaya, N. A. J., Astrian, R. W., & Kurnia, T. (2024). Perbandingan keefektifan berbelanja online melalui aplikasi Shopee dan belanja di pasar: Menurut konsep islami pada masyarakat usia 17-25 tahun. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3150-3163.
- Istiqlal, A. H. (2019). *Hubungan kontrol diri dengan impulse buying pada mahasiswa* (Skripsi, Program Studi Psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya).
- Jalees, T., Khan, S., Zaman, S. I., & Miao, M. (2024). The effect of religiosity, materialism and self-esteem on compulsive and impulsive buying behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 2697-2731.
- Jatmiko, V. A., Febart, A. B., & Adriana, E. (2024, September). Implementasi motif pembelanjaan hedonisme untuk mendorong pembelian impulsif di Shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, pp. 221-236).
- Kardila, Y. N. (2022). *Hubungan pembelian impulsif dengan penyesalan pasca pembelian produk fashion secara online pada mahasiswa manajemen UPI "YPTK" Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang).
- Karpika, I. P., & Segel, N. W. W. (2021). Quarter life crisis terhadap mahasiswa studi kasus di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. *Widyadari*, 22(2), 513-527.
- Kawulusan, V. T., Imelda, W. J., & Moniharapon, S. (2023). Pengaruh display produk, tagline dan perilaku hedonic shopping terhadap keputusan pembelian impulsif di Mr DIY Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 161-172.
- Komala, C. (2019). Perilaku konsumsi *impulsive buying* perspektif Imam Al-Ghazali. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 248-266.
- Kompas.com. (2025, Januari 24). *70 persen warga Indonesia tak punya tabungan, belanja impulsif jadi penyebab*. Dilansir dari: <https://money.kompas.com/read/2025/01/24/214737726/70-persen-warga-indonesia-tak-punya-tabungan-belanja-impulsif-jadi-penyebab>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.

- Lainun, H., Tinungki, G. M., & Amran, A. (2018). Perbandingan penduga M, S, dan MM pada regresi linier dalam menangani keberadaan outlier. *Jurnal Matematika, Statistika dan Komputasi*, 15(1), 88-96.
- Larasati, M. A. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(3).
- Leba, E., & Suhermin, S. (2015). Pengaruh atmosfer gerai dan promosi terhadap pembelian impulsif yang dimediasi emosi positif. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(1).
- Lestari, S., & Helmi, H. (2024). Pengaruh faktor situasional terhadap pembelian impulsif pada platform belanja online Shopee Tangerang. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4), 2181-2192.
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2024). Pengaruh konformitas terhadap impulsive buying dengan self-control sebagai moderator pada dewasa awal. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 66-76.
- Maranges, H. M., & Baumeister, R. F. (2016). Self-control and ego depletion. *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*, 3, 42-61.
- Maulida, S. N. (2022). *Pengaruh promo kejar diskon, kupon cashback, dan bebas ongkos kirim terhadap perilaku pembelian impulsif melalui aplikasi tokopedia dalam perspektif ekonomi islam* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo).
- Moran, B. (2015). Effect of stress, materialism and external stimuli on online impulse buying. *Journal of Research for Consumers*, (27), 26.
- Mubarok, F. H. (2021). Hubungan antara intensi kecanduan game online dengan pembelian impulsif perangkat game pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 3(1), 69-80.
- Muflih, T. F. (2018). Analisis pengaruh faktor situasional terhadap pembelian impulsif pada Binjai Supermall. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 270-293.
- Muhammad, P. P. (2021). *Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi COVID-19* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Muharsih, L., Simatupang, M., & Mutma'inah, A. (2023). Konformitas dan emosi positif sebagai prediktor dari kecenderungan pembelian impulsif konsumen belanja online. *Psychopedia: Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 8(2), 20-30.
- Mukaromah, M., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). *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]*. Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Mulyani. (2016). *Rancangan hipotetik bimbingan kelompok teknik modeling untuk meningkatkan self-control: Studi deskriptif terhadap peserta didik kelas XI*

- SMK Sangkuriang 1 Cimahi tahun ajaran 2015/2016* (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia Repository. <https://repository.upi.edu/23487/>
- Munawarah, M. (2020). *Pengaruh pengetahuan keuangan, materialisme, dan pendapatan terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Muniroh, A. (2023, December). Kawruh jiwa: Dinamika raos bungah-susah pada mahasiswa PIAUD kelas kualifikasi. In *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars* (Vol. 7, No. 1, pp. 681-691).
- Murniawaty, I., Sari, N. A. L., & Farliana, N. (2023). Peran kontrol diri dalam memoderasi penggunaan media sosial dan konformitas terhadap pembelian impulsif siswa SMA. *Business and Accounting Education Journal*, 4(3), 377-390.
- Mustikasari, A., & Septina, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan, impulsive buying, dan pengendalian diri terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Ciputra. *JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 8(2), 48-54.
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17-27.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2), 287057.
- Narwastu, G. G., & Ramadhani, A. (2025). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif: Indonesia. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 9(2), 944-952.
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, financial literacy, and online impulsive buying: a study on the post millennial generation in a pandemic period. *Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1-12.
- Normilawati, A. (2024). Fenomena FOMO dalam konsumerisme mahasiswa ULM dan perspektif islam terhadapnya. *Islamologi: Jurnal Ilmiah Keagamaan*, 1(2), 436-447.
- Nugraha, P. P. (2024). Korelasi ramalan Joyoboyo pasar ilang kumandange terhadap pemasaran digital di era marketing 4.0 di Indonesia. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 75-87.
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa jurusan PPB 2013 FIP UNY. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Nuryani, S., Pattiwael, W. P., & Iqbal, M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif pada pengguna aplikasi TikTok Shop. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 444-451.
- Omar, N. A., Rahim, R. A., Wel, C. A. C., & Alam, S. S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10(1), 52-74.

- Pandey, A., & Bharti, K. K. (2019). A review study and analysis on factors that influence impulse buying. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 2(2), 842-846.
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 466-495.
- Paramita, A. O. (2014). Pengaruh nilai belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada toko online dengan emosi positif sebagai variabel perantara (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Pradhan, D., Israel, D., & Jena, A. K. (2018). Materialism and compulsive buying behaviour: The role of consumer credit card use and impulse buying. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), 1239-1258.
- Pradila, A., & Sari, A. Y. (2024). The role of materialism between social comparison & impulse buying. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(2), 2583-2589.
- Pramudita, P. (2024). Peran self-control sebagai mediasi antara shopping lifestyle terhadap impulse buying mahasiswa Universitas Yapis Papua. *Reliability: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 191-204.
- Pramudyasari, A. R., Soetjningsih, C. H., No, J. D., & Sidorejo, K. S. (2023). Kontrol diri dan pembelian impulsif produk kecantikan pada anggota Komunitas Discountfess pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmiah Psyche Vol*, 17(2), 85-98.
- Pranidia, D. M. A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif secara online bagi mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Economina*, 2(7), 1625-1638.
- Pratiwi, Z. A. (2019). *Pengaruh self-control, big five personality dan demografi terhadap impulsive buying pada pengguna e-commerce tokopedia* (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Prihadi, D., Irawan, B. H., Waskita, J., & Utami, Y. (2024). The role of self-confidence in mediating influencers, materialism, and the social environment on online impulse buying in Indonesia. *Economics and Finance*, Volume 12, Issue 1, 45-55. *Economics and Finance*, 1, 45.
- Priyani, R. A., & Riva'i, A. R. (2023). Pengaruh konsumsi hedonis, promosi penjualan, citra merek dan diskon harga terhadap pembelian impulsif di marketplace Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1892-1900.
- Pudyastari, M. P. (2019). Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap kecenderungan pembelian impulsif produk fashion melalui e-commerce pada mahasiswa di Jakarta (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Putri, A. A., Purwandari, D. A., & Kurniawan, N. (2024). Kemampuan self-control mahasiswa terhadap impulsive buying belanja online di tanggal kembar. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(3), 229-238.
- Putri, E. M. (2019). *Pengaruh regulasi emosi, adiksi internet dan susceptibility to interpersonal influence terhadap pembelian impulsif online pada*

- remaja (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rahayu, S., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa (Studi kasus pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 16(2), 288-296.
- Rachmawati, N., & Nuryana, I. (2020). Peran literasi keuangan dalam memediasi pengaruh sikap keuangan, dan teman sebaya terhadap perilaku pengelolaan keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 166-181.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Tokopedia: Studi kasus pada mahasiswa program studi manajemen informatika angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja. *Mbia*, 20(1), 40-50.
- Rahmadian, F. H., & Mulyana, A. R. (2024). Perancangan kampanye membangun kesadaran pemakaian fashion yang lebih berkelanjutan dan beretika melalui digital campaign Silih Tukar. *FAD*, 3(02).
- Ramadhani, T. D., & Setyaningrum, I. F. (2023). *Pengaruh hedonic shopping value, shopping lifestyle, dan sifat materialisme terhadap pembelian impulsif pada Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Karanganyar)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Rashid, M. A., Islam, T., Malik, M. U., & Ahmer, Z. (2019). Impact of materialism on impulsive buying. *Pakistan Economic and Social Review*, 57(1), 23-46.
- Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce Shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Riwoe, Y. W. P. D., & Zain, D. (2012). Faktor psikologis konsumen yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif (impulse buying tendency) produk fashion di Malang Town Square (MATOS). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). Self-esteem and impulsive buying: Study on online shopping behavior. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 66-71.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, 22(3), 305-313.
- Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275-287.
- Sa'diyah, M., Naskiyah, N., & Rosyadi, A. R. (2022). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kesehatan mental mahasiswa dalam pendidikan agama Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(03), 713-730.
- Salamba, D. C., & Ambarwati, K. D. (2023). Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying produk fashion di masa pandemi pada mahasiswa melalui

- aplikasi belanja online. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 929-939.
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. M. A. (2022). Analisis faktor-faktor pembelian impulsif pada e-commerce kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76-89.
- Sampurno, T. P., & Winarso, W. (2015). Pengaruh motivasi hedonis, browsing dan gaya belanja terhadap pembelian impulsif pada toko online shop (studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 255-270.
- Santak, M. C. O. V., Rafa, W. D., & Ikhsan, S. (2024). Peran perencanaan keuangan dalam mencapai kebebasan finansial. *Journal of Mandalika Literature*, 5(4), 946-952.
- Saputri, D. L., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh gaya hidup hedonis, keterlibatan fashion dan visual merchandising terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).
- Sari, N. K. A., & Prianthara, I. B. T. (2024). Pengaruh sosial, materialisme, dan impulse buying terhadap niat membeli. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1727-1733.
- Sen, S., & Nayak, S. (2019). Influence of materialism on impulse buying among Indian millennials: does income matter?
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Sholihah, D. R., Nugraheni, S., & Fadila, A. (2024). Beyond promotions: Penguatan ketahanan keuangan melalui edukasi kesadaran konsumen terhadap gencaran promosi paylater. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 792-799.
- Sholikhah, M., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku pembelian impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya*, 43-49.
- Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal darma agung husada*, 8(1), 54-61.
- Siallagan, J. (2023). *Menginvestigasi perilaku pembelian impulsif dari "Big Five Personality" di platform e-commerce: Peran moderasi tekanan waktu dan emosi*.
- Srilestari, P. P., & Santoso, R. (2024). Pengaruh penggunaan paylater, gaya hidup hedonis dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif konsumen online Shopee pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(7), 145-158. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(7), 145-158.
- Statista. (2024). Leading e-commerce sites in Indonesia in February 2024, by monthly traffic (in million web visits). *Statista.com*
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of Marketing*, 26(2), 59-62.

- Sudarmi, S., Syamsuddin, I., Abubakar, H., Fadel, F., & Irliandani, Z. (2024). Pengelolaan keuangan generasi Z: Analisis gaya hidup dan literasi keuangan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 994-1004.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 32-37.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2020). Pengaruh online shop, lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan terhadap pembelian implusif mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61-75.
- Suryanadi, P., & Mujahid, A. (2016). Pengaruh peran direct role model dan vicarious role model terhadap sikap materialisme dan pengetahuan market place konsumen remaja. *Fokus Manajerial*, 14(1).
- Syafa'ati, F. I. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku agresif pada remaja (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Syahputra, A., Yunus, M., & Ibrahim, M. (2018). Pengaruh gaya hidup hedonisme, materialisme dan pendapatan terhadap shopping lifesyle serta dampaknya pada pembelian impulsif online produk fashion pada masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 8(3).
- Syandana, D. A., & Dhanial, D. R. (2024). Hubungan antara fear of missing out (fomo) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 691-705.
- Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2018). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. In *Self-regulation and self-control* (pp. 173-212). Routledge.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597-603.
- Tukey, J. W. (1977). *Exploratory data analysis* (Vol. 2, pp. 131-160). Reading, MA: Addison-wesley.
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek moderasi kontrol diri pada hubungan sifat materialisme terhadap pembelian impulsif online. *Public Policy*, 1(2), 115-136.
- Ukhriyawati, C. F., Muharam, M., Mulyati, S., & Hati, R. P. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 18(2), 387-395.
- Utama, N. F., Santosa, N. S., Honesta, J., Sonbai, J. S. Y., Koesnadi, V. L., Jonathan, E., ... & Ningsih, R. Y. (2024). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku impulsive buying pada generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 218-226.

- Utami, N. D. (2022). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Uygur, E. M. (2018). Consumer impulsive buying tendency scale development using mixed methodology. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 125–141. <https://doi.org/10.14514/BYK.m.26515393.2018.6/2.125-141>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(S1), S71-S83.
- Wati Manurung, W. (2023). *Pengaruh economic literacy dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020-2021* (Doctoral dissertation, Universitas UNJA).
- Widadi, R. K., & Setyawanto, A. (2022). Obsesi pemicu kecemasan mahasiswa dalam bersosialisasi. *Afeksi: Jurnal Psikologi*, 1(1), 58-65.
- Widhiarso, W., & UGM, F. P. (2012). Tanya jawab tentang uji normalitas. *Fakultas Psikologi UGM*, 1-5.
- Wildana, M. F. *Pengaruh hedonic shopping motivation dan personalized advertising terhadap online impulse buying (OIB) pada karyawan swasta* (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Zulfiqar, J., Ambreen, G., & Bushra, M. F. (2018). A comprehensive literature review of impulse buying behavior. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*, 11(1), 94-104.



KARAWANG