

DAFTAR PUSTAKA

- Adistia, Erika, Yudhistira Ardana, Z Generasi, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Industri Fashion. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN DISKON TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI Z DI INDUSTRI FASHION" 7, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.36985/2av75w78>.
- Afriani, Dina, Eka Sri Wahyuni, dan Andi Harpepen. "Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif dengan Moderasi BNPL" 6, no. 4 (2025): 565–574. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7342>.
- Amanda, Suci Yulia, Figo Alimbel, dan Miftakhus Surur. "Pengaruh Social Media, Shopping Lifestyle, Dan Customer Experience Terhadap Perilaku Impulse Buying Gen Z Melalui E-Commerce." *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi* 1, no. 2 (2024): 171–180. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i2.1262>.
- Andriany, Dewi, dan Mutia Arda. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millenial." *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)* 6681, no. 2 (2019): 428–433. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.65>.
- Angela, Veliana, dan Eristia Lidia Paramita. "Pengaruh lifestyle dan kualitas produk terhadap keputusan impulse buying konsumen shopee generasi Z [The influence of lifestyle and product quality on impulse buying decisions of shopee consumers from generation Z]." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 10, no. 2 (2020): 248–262.
- Aprilianti, Dhani, Umi Narimawati, dan M Yani Syafei. "The Impact of Social Media Marketing and Shopee Live Streaming on Millennial Women ' s Impulse Buying" 6, no. 4 (2025): 2974–2988. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i4.4381>.
- Arianti, Baiq Fitri. *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021.
- Armstrong, Philip Kotler & Gery. *Principless of Marketing*. 17 th. Harlow: Pearsson Education Limited, 2018.
- Chrisna, Heriyati, Hernawaty, dan Noviani. "Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan Umkm" (2023): 1–23. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/564439>.
- Deborah, Irene, Yevis Marty Oesman, dan R. Thomas Budhyawan Yudha. "Social media and impulse buying behavior : The role of hedonic shopping motivation and shopping orientation." *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22

(2022): 65–82.

Elinda, Asih Milda, dan Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 5, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.36418/syntaximperatif.v5i3.429>.

Fajri, Muhammad Aulia. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Dengan Literasi Maqashid Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan).” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 8, no. 2 (2024): 810–824. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.27359>.

Fatmawatie, Naning. *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*. Kediri: IAIN Kediri Press, 2022.

Hafidz, Gilang Pratama, dan Fachmi Tamzil. “Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying.” *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic* 12, no. 02 (2021). <https://doi.org/10.47007/jeko.v12i02.4152>.

Harahap, Dedy Ansari, dan Dita Amanah. “Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 19, no. 01 (2022): 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>.

———. “Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Perfoma* 19, no. 01 (2022): 31–55.

Hendrawati, Erna, dan David Humala Humala Sitorus. “Pengaruh Social Media, Price Discount dan E-Money Terhadap Impulse Buying pada Roempi Coffee Gerai BCS Mall Kota Batam.” *eCo-Buss* 5, no. 1 (2022): 37–48. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.308>.

Hidayah, Nur. *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.

Hochreiter, Victoria, Cynthia Benedetto, dan Marc Loesch. “The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Paradigm as a Guiding Principle in Environmental Psychology : Comparison of its Usage in Consumer Behavior and Organizational Culture and Leadership Theory 2 . Literature Review” 3, no. 1 (2023): 7–16.

Husić-Mehmedović, Melika, Slavo Kukić, dan Muris Čičić. *CONSUMER BEHAVIOUR*. Sarajevo: School of Economics and Business, 2012.

Indriyani, Ratih, dan Atita Suri. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 25–34.
- Irdiana, Sukma, Budiyo, dan Suhermin. *Daya Tarik Gaya Hidup Konsumtif*. Jember: Media Kunkun Nusantara, 2024.
<https://omp.mediakunkun.com/index.php/book/catalog/book/6>.
- Ittaqullah, Nurul, Laode Surazal Qalbi, dan Isalman Isalman. “Gaya Hidup terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Konsumen Marketplace.” *Jurnal Sublimapsi* 4, no. 2 (2023): 349.
<https://doi.org/10.36709/sublimapsi.v4i2.39127>.
- Jamaludin, et al. *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Lehmann, Whitney. *Social Media Theory and Communications Practice*. New York: Routledge, 2024. <https://doi.org/10.4324/9781003255734>.
- Lesmana, Teguh, Gama Pratama, dan Sunardi Edirianto. *GENERASI Z DAN PERUBAHAN POLA KONSUMSI DI ERA DIGITAL*. Padang: Gemilang Press Indonesia, 2025.
- Maghfira Izzany. “Strategi Peningkatan Literasi Keuangan Syariah di Masyarakat: Peran Pendidikan dan Kampanye.” *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025): 184–195.
- Mardatillah, Murtiadi Awaluddin, dan Amiruddin. “The Role Of Islamic Financial Literacy In Moderating The Influence Of Hedonic Shopping and Social Media On Impulsive Buying.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 9, no. 1 (2024): 130–140. <http://journal.uiad.ac.id/index.php/adz-dzahab>.
- Muflih, T Fadlanil. “Gaya Hidup , Literasi Keuangan Syariah , dan Pembelian Impulsif Konsumen Muslim Deli Serdang” 4, no. 4 (2026): 1208–1216.
<https://doi.org/10.56113/takuana.v4i4.353>.
- Nagadeepa, C, D Shirahatti, dan S N. *Impulse Buying: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. Tamil Nadu, India: Shanlax Publications, 2021.
https://books.google.co.id/books?id=2-s_EAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false.
- Nasib, Debora Tambunan, dan Syaifullah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Nuta Media, 2021.
- Nihlatussifa, dan Edi Susilo. “Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna Ewallet di Jepara.” *Economics and Digital Business Review* 5, no. 2 (2024): 876–887.
- Novia, Nenden Hendayani. *Strategi Digital Marketing*. Solok, 2023. PT Mafy

Media Literasi Indonesia.

Nuryadi. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017.

Nuryakin, Rahmat Aji, Andi Kusuma Negara, Dr. Ita Nurcholifah, S.S.M.S. Sri Umiatun Andayani, S.E.M.M. Dr. Ayi Muhiban, Fransiskus Xaverius Candra Gunawan, Laily Nurhayati, Helviani, Dr. Yuli Purbaningsih, dan Dr. Sudarsono. *PERILAKU KONSUMEN DAN GAYA HIDUP*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2024.

Pasaribu, Benny S. dkk., *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN. Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022.

Purwanto. *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: StaiaPress, 2018.

Purwanza, Sena Wahyu. *EDUKASI EKONOMI ISLAM (PERILAKU KONSUMEN MUSLIM)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.

———. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.

———. *Perilaku Konsumen: Pengembangan konsep daan Praktek dalam Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.

Qadir, Abdul, dan M. Ramli. “MEDIA SOSIAL(DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA).” *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya* 3, no. 6 (2024): 2713–2724.

Rahadi, Dedi Rianto, dan M Miftah Farid. *Monograf Analisis Variabel Moderating*. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Mandiri, 2021.

Rauha, Alda, dan Saniatun Nurhasanah. “Ekonomis : Journal of Economics and Business Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Muslim Gen-Z Saat Tanggal Kembar di Jabodetabek” 09, no. 02 (2025): 1267–1275.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Tamimi, Faisal, dan Siti Munawarah. “Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat.” *urnal Teknologi dan Sistem Informasi* 2, no. 3 (2024): 66–74. <https://doi.org/10.61132/saturnus.v2i3.157>.

Tendean, Veronica S, dan Johny R E Tampi. “Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square” 4, no. 1 (2023): 61–67. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/46638>.

Vikaliana, Resista. et al. *Ragam penelitian dengan spss*. sukoharjo: Tahta Media Group, 2022.

Yuniawati, Yuni, dan Istichanah. “Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk UNIQLO.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 3, no. 3 (2023): 321–327. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>.