DAFTAR PUSTAKA

Adnan, Murhaban, Eva Fitria Ningsih, Azani, and Suryani. *Strategi Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara, 2024.

Agustinna, Adhitiya Sheva, and Eka Sudarusman. "Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup, Dan Keterlibatan Fashion Pada Pembelian Impulsif." *CAKRAWALA* 5, no. 1 (2024): 1–15.

Akbar, Syahrizal Fitrian, Irsan Tricahyadinata, and Asnawati. "Pengaruh Display Produk, Promosi Below the Line, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2020): 115–123.

Andira, Adinda Mayza Wiby, and Binti Nur Asiyah. "Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Group Order by Oohstuf." *Jurnal Riset Ekonomi* 2, no. 4 (2023): 465–477.

Andita, Mirza Putri, and Umari Abdurrahim Abi Anwar. "Pengaruh Citra Merek Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Di Instagram." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi* 10, no. 2 (2024): 1177–1188.

Antariksa, B, and H Respati. "Shopping Lifestyle and Its Impact on Impulsive Buying Behavior." *Journal of Business and Management Review* 2, no. 3 (2021): 187–198.

Ardyan, Elia, Yoseb Boari, Akhmad, Leny Yuliyani, and Hildawati. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Astuti, Miguna, Rosali Sembiring, and Jenji Gunaedi Argo. *Strategi Pemasaran Digital Dan Perilaku Teknologi Pada Society 4.0*. Sleman: CV Budi Utama, 2023.

Bagaskara, Iqbal. "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Penggunaan Platform E-Commerce Shopee." *Journal of Sharia Banking* 6, no. 1 (2025): 61–77.

Bariroh, Nisaul, and Muhammad Ersya Faraby. "Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Keislaman UTM Pada Produk Mixue." *EKSISBANK* 8, no. 2 (2024): 148–163.

Barokah, Siti, Bunga Asrianhini, and Muhammad Millenian Putera. "Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second." *Jurnal Manajemen* 7, no. 2 (2021): 156–167.

Burhanudin, I, D Rahmawati, and M Malik. "Competitive Strategies in Indonesia's e-Commerce Landscape." *Asian Journal of Business and Management* 14, no.

2 (2022): 45–59.

Cuandra, R. “Hedonic shopping motivation: A review.” *Jurnal Manajemen* 26, no. 3 (2022): 112–124.

Dahmiri, D, A Putri, and A Rahman. “Impulse buying behavior in online shopping during pandemic.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2023): 100–115.

Databoks. “Indonesia Masuk Jajaran 10 Negara Paling Sering Belanja Online.” (2024).

———. “Proyeksi Jumlah Penduduk Jawa Timur Tahun 2025” (2025).

Eldon, Mokhamad, Nurani, Budi Prasetyo, and Sindi Dwi Syafitri. “The Effect of Shoping Lifestyle on Impulse Buying on the Marketplace Shopee.” *International Seminar Universitas Tulungagung* 3 (2021): 13–30.

Elfida, Cut, Ikhwanul Farissa, and Hendra Syahputra. “Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Online Customer Review Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Perpektif Islam.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 9, no. 1 (2025): 16–25.

Elistia, Elistia, and Anshafira Nurma. “Theory Planned Behavior Dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik Pada Generasi Y Di Jakarta Theory of Planned Behavior in Product Purchase Intention Organic Cosmetics for Generation Y in Jakarta” 1, no. 1 (2023): 33–52.

Faisal, M, R Nur, and H Ramadhan. “Hedonic Shopping Motivation and Impulsive Buying: Evidence from Indonesian Online Consumers.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3 (2020): 245–259.

Faridy, Najihatul, Harian Syaputra, Atus Hanik Sangadah, Gautama Sastra Waskita, Mulyati, and Denny Rakhmad Widi Ashari. *Strategi Pemasaran Digital*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2025.

Febriyanto, H. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Transmart Di Solo” (2018).

Gibran, Russel, and Luthpiyah Juliandara. “Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Terhadap Impulsive Buying Konsumen Tiktok.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi* 9, no. 1 (2025): 2109–2122.

Gumilang, Dhinda Lintang Cahya, Moh. Wahib, and Diah Ayu Sanggarwati. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Promosi, Dan Online Customer Review Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Produk Di PT. Implora Sukses Abadi Selorejo.” *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 3 (2025): 6694–6703.

Gunawan, Graciella Tansah, and Tony Sitinjak. “Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda DKI Jakarta).” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7, no. 2 (2018): 109–123.

Habib, F, S Iqbal, and N Akhtar. “Religiosity as Moderator in Consumer Behavior Research.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (2020): 545–563.

Hartanto, Laura Angela, and Damelina Basauli Tambunan. “The Effect of Hedonic Shopping Motivation on Impulsive Buying Through Positive Emotion with Gender as a Moderator on Tiktok Shop Users.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 6, no. 6 (2025): 1082–1101.

Hasanah, Fadila Maghfirotul, and Ruly Priantilianingtiasari. “Pengaruh Sales Promotion Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia (Mahasiswa FEBI 2021 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung).” *Jurnak Maneksi* 12, no. 3 (2023): 666–676.

Hidayat, Rahmat, and Inggit Kusni Tryanti. “PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSIVE BUYING MAHASISWA” 2, no. 2 (2018): 174–180.

Hikmawati, Abdul Salam, and Reza Muhammad Rizqi. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Online Shopping.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 2 (2019): 1–7.

Husain, Fakhirah, Meyrdania, Tamara Zahirah Haris, Amalia Azzahrah, and Diva Ana Patra. “Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Mediasi (Pada Studi Pelanggan Coffe Shop Janji Jiwa Makassar).” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2 (2025): 3563–3579.

Ibrahim, S. “Online Reviews and Impulsive Buying Behavior: Evidence from Indonesian Millennials.” *Jurnal Ekonomi Digital* 4, no. 2 (2023): 99–109.

Ihwandi, I., & Sukmana, F. H. “Hotel Tua Dan Ulasan Online Negatif: Apa Yang Dikatakan Pelanggan?” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (2022): 354.

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): 209–224.

———. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Kabupaten Kediri.” *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, no. 3 (2022): 209–224.

Ilmiyah, Kh., & Krishernawan, I. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.” *Maker: Jurnal Manajemen* (2020): 31–42.

Ismail, Harries Arizonia, Suhaji, and Nuswantoro Setyadi Pradono. “Brand Awareness Dan Celebrity Endorser Dalam Memediasi Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Marketplace Shopee.” *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 7, no. 1 (2023): 80–95.

Juliana, Muhammad Wafa Rizaldi, Rumaisah Azizah Al-adawiyah, and Ropi Marliana. “Halal Awareness: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 2 (2022): 169–180.

Jurnal, Jimea, Ilmiah Mea, and Ajimas Wahyu Bagaskoro. “PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA E- JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)” 8, no. 3 (2024): 1573–1584.

Kamilah, R., Kamila, J. A., Hidayat, M. F., Soleha, N. J., & Aryawira, R. R. “METODE S-O-R SEBAGAI ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN” 1, no. 1 (2025): 142–147.

Kolondam, A, F Rumokoy, and T Tumbel. “Online reviews dan pengaruhnya terhadap impulse buying.” *Jurnal EMBA* 11, no. 3 (2023): 1200–1210.

Kumala, Masria, Adi Santoso, and Wahna Widhianingrum. “Online Review and Social Influence: Key Factors in Increasing Impulsive Buying and Self Control as Moderation.” *Jurnal Manajerial* 11, no. 1 (2024): 153–165.

Lerrick, J, C Halim, and Y Ong. “Shopping Lifestyle and Impulsive Buying Behavior among Indonesian Youth.” *Jurnal Pemasaran Indonesia* 14, no. 2 (2023): 112–126.

Lestari, Sinta Dwi, and Helmi Haris. “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2020): 389–404.

Maharani, Ni Nyoman Tania, and Nyoman Sri Panik Parasari. “The Influence of Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision Through Brand Awareness as a Mediating Variable (on Crusita Products in Denpasar City).” *Management Studies and Enterpreneurship Journal* 6, no. 6 (2025): 908–919.

Maharani, Putu Kintan, I Gusti Ayu Ketut Giantari, and Ni Made Purnami. *Impulsive Buying Fashion*. Bali: CV Intelektual Manifes Media, 2024.

Mamuaya, Nova Christian Immanuel. *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2021.

———. *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2021.

Mardiana, Siska, and Dwi Nurina Pitasari. “ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING MELALUI E-COMMERCE SHOPEE” 08, no. 02 (2023): 124–

132.

Mariyah, Husnul, Tengku Firli Musfar, and Dian Pratiwi. “Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Terhadap Impulsive Buying Melalui Customer Trust Pada Produk Fashion Di Tiktok (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Pekanbaru).” *Journal of Accounting Management Business and International Research* 4, no. 2 (2025): 118–127.

Masnunah, Siti, and Donny Arif. *Strategi Pemasaran Teori, Praktik, Dan Konteks Lokal*. Yogyakarta: Karya Bakti Makmur, 2025.

Meliyanti, Putri Vella, Rokhmat Subagiyo, and Ummu Sholihah. “Pengaruh Media Sosial, FOMO (Fear of Missing Out) Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 7, no. 3 (2026): 2558–2567.

Milah, Joharul, Fuji Aulia Rahayu, Riska Deswita, and Windi Siti Fatimah. “Pengaruh Halal Awareness Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Journal of Islamic Economics, Finance, and Business* 1, no. 1 (2024): 64–73.

Mirnasari, Tiar, and Sodirin. *Strategi Pelaku Bisnis Dan Perilaku Konsumen*. Cilacap: CV. Tripe Konsultan, 2022.

Mustafa, Alwan Aziz, Adhi Prapaskah Hartadi, and Cupian. “Analisis Pengaruh Halal Brand Awareness, Viral Marketing Dan Service Quality Terhadap Brand Image Coffe Shop Di Kota Tasikmalaya.” *Hournal of Islamic Economics and Finance* 3, no. 2 (2025): 1–14.

Mustika, Wisaka, Meike Kurniawati, and Meylisa Permata Sari. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 21, no. 1 (2023): 1–11.

Nandini, and Harvinder Singh. “Brand Awareness as a Moderator Between Online Reviews and Consumer Purchase Intentions.” *Research Review International Journal* 10, no. 7 (2025): 217–227.

Nisa’, Zahrotun, and Audita Nuvriasari. “Pengaruh Promosi, Motivasi Belanja Hedonis Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Di Matahari Department Store Hartono Mall Yogyakarta.” *JEB* 16, no. 3 (2022): 186–197.

Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation , Shopping Lifestyle Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia” 13, no. 1 (2024): 83–88.

Novyantari, Ni Putu Widya, I Gusti Ayu Imbayani, and I Made Surya Prayoga. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Denpasar.” *Jurnal Maneksi* 13, no. 1 (2024): 83–88.

Oktafiani, Dinda, and Citra Mulya Sari. "Pengaruh Harga, Viral Marketing, Online Customer Review, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Facetology (Studi Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)." *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2025): 1–9.

Oskar, Dimas Perdana, Rina Mariana, and Rika Wahyuni. "Emosi Positif Sebagai Mediator Antara Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying." *Psyche Journal* 17, no. 3 (2024): 201–206.

Pakpahan, Arnolt Kristian, Sandy Gunarso, Sri Yani Kusumastuti, Febria Nalurita, and Niko Lukito. *Buku Ajar Bisnis Digital*. Jambi: Sonpedia, 2025.

Poluan, Florensia Jovita, Johny RE. Tampi, and Danny DS. Mukuan. "Pengaruh Hedonic Shopping Motives Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen Di Matahari Department Store Manado Town Square." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 113–120.

Pondra, Cristian, Abdul Basith Alfirdaus, Intan Nurlita Sari, and Agustina. "Brand Awareness Mediation: Analysis of Online Customer Reviews and Influencer Marketing on Local Perfume Purchase Decisions in E-Commerce." *International Journal of Humanities Education and Social Sciences* 3, no. 6 (2024): 2987–2999.

Prasetyo, Anton, and Aflit Nuryulia Praswati. "The Role of Brand Awareness as A Mediator in the Relationship Between Entertainment and E-Wom on Brand Loyalty: An Analysis of Social Media Marketing Content." *International Journal of Management* 6, no. 2 (2025): 555–570.

Prasetyo, Puji Yuwanna, and Darwanto. "Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 3, no. 1 (2023): 46–56.

Prastowo, Sugeng Lubar, and Rahmadi. "Apakah Brand Awareness Mampu Memoderasi Promosi, Kualitas Produk, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian?" *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 6, no. 2 (2022): 153–168.

Pricilla, Maria Olivia, Ramadania, Juniwati, Heriyadi, and Wenny Pebrianti. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Lifestyle Terhadap Puchase Decision Dengan Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Tomoro Coffe." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2025): 313–328.

Purnomo, Hery, and Lilia Pasca Riani. "Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring Pada Masyarakat Kota Kediri." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 2, no. 1 (2018): 68–88.

Purwanto, Nuri, Budiyanto, and Suhermin. "Theory of Planned Behavior." 15. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2022.

———. *Theory of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi,

2022.

———. *Theory of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic World of Mouth Pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.

Puspita, Eldora Maulidya, and Anindhyta Budiarti. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan Vans Store Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 5 (2016): 1–16.

Putra, Y, D Suryanto, and E Lestari. "Online shopping access and impulsive buying among Indonesian students." *Jurnal Psikologi dan Ekonomi* 6, no. 1 (2022): 55–68.

Putri, Adellia Lailatul, and Ruly Priantilianingtiasari. "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsutif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2023)." *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2024): 1245–1261.

Putri, Nurul Artika, Rahmat Madjit, Nasrul, Yusuf, and Isalman. "Pengaruh Online Customer Review Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Pakaian Di Shopee." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 14, no. 2 (2022): 525–540.

Rachmawati, Erny, Suliyanto, and Agus Suroso. "A Moderating Role of Halal Brand Awareness to Purchase Decision Making." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 2 (2022): 542–563.

Rachmawati, Siska Dwi, and Anik Lestari Andjarwati. "Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 7, no. 1 (2020): 25.

Rahayu, Rima Ika Tantri, and Fira Nurafini. "Pengaruh Halal Awareness, Customer Review Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Pada Mahasiswi Muslim Surabaya Melalui Marketplace." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 8, no. 3 (2025): 874–888.

Ramadhanty, Farrah Noer, and Yolanda Masnita. "Peran Moderasi Halal Brand Awareness Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Mempengaruhi Purchase Decision Making." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 2 (2023): 3221–3230.

Redine, T, A Kusuma, and R Lestari. "Stimulus factors influencing impulsive buying in online stores." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 14, no. 1 (2022): 88–99.

Riyanto, Slamet, and Winarti Setyorini. *Metode Kuantitatif Dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2024.

Riza, Shindi Ainur, and Baroroh Lestari. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Di Shopee." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9, no. 2 (2023): 117–123.

Rupianti, Reni. *Perilaku Konsumen*. Malang: ITN Press, 2026.

Rusanti, Ega, A. Alfira Yuningsih, and Muh. Ahsan Kamil. "The Effect of Materialism and Hedonic Shopping Toward Impulse Buying of Muslim Consumer: A Moderating Role of Religiosity." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 17, no. 1 (2024): 57–78.

Salah, H, and A Moufeed. "Shopping Lifestyle and Impulsive Buying: Evidence from Middle Eastern Consumers." *International Journal of Retail & Distribution Management* 52, no. 4 (2024): 322–339.

Salisu, Monsuru Adekunle, Lukman Raimi, and Nurudeen Babatunde Bamiro. *Green and Blue Economy Frameworks for Halal Industry Sustainability*. Singapore: Springer Nature Singapore, 2025.

Salsabila, Dara Khoiruni, Rahma Aulia Agustin, and Dimas Madu Nasrullah. "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim)." *Jurnal Manajemen & Bisnis* 19, no. 2 (2024): 61–69.

Salsabila, I, M Nur, and L Putri. "Online Reviews and Impulsive Buying in Indonesia: The Mediating Role of Perceived Value." *Jurnal Ekonomi Syariah* 15, no. 2 (2023): 210–225.

Sampe, Ferdinandus, and Bartholomeus Tandiayu. "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas Di Toko Online Shopee Untuk Gen Z Di Kota Makassar" 1 (2025): 138–152.

Santoso, Ratna Lingga Dwi, and Maqbula Arochman. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan, Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2024): 67–76.

Setiyadi, I Bagus, M. Agus Salim, and Afi Rachmat Slamet. "Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Dan Gaya Hidup Belanja Serta Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Shopee Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang." *Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 2 (2023): 1345–1353.

Siregar, M. "Pasar belanja online di Indonesia: Tren dan tantangan." *Jurnal Bisnis Digital* 3, no. 2 (2023): 77–91.

Sudaryanto, Ari Subagio, Anifatul Hanim, and Whidya Utami. *Consumer Behavior Gen Z*. Surabaya: Universitas Ciputra, 2024.

Sugeng, B. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif Eksplanatif*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Susilowati, Heni, and Titin Hargyatni. "Purchase Intention: Can Brand Awareness Mediates Online Consummer Reviews?" *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*

14, no. 2 (2021): 162–172.

Susilowati, Lantip, and Emi Salsa Novitasari. "The Influence of Halal Label, Korean Wave, and Halal Awareness on the Purchase Interest in Korean Food Among Generation Z." *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 5, no. 2 (2025): 235–251.

Tempo.com. "Transaksi Penjualan Online Di Tokopedia Dan Shop Tokopedia Kuartal IV 2024 Rata-Rata Naik 10 Kali Lipat" (2024).

Tyah, Devi Pangestu Tining, and Muhammad Abdul Ghofur. "Peran Harga Diskon Dan Motivasi Belanja Hedonis Dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unesa." *Journal of Artifical Intelligence and Digital Business* 4, no. 2 (2025): 6933–6944.

Utami, Wiry, Linda Wati, Tyara Dwi Putri, and Rana Surayya Ismayanti. "The Role of Shoping Enjoyment on Online Impulse Buying with Browsing as Mediating and Brand Awareness as Moderating." *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 13, no. 1 (2025): 16–28.

Wale, Noviana Bata, and Tumpal Pangihutan Situmorang. "Analisis Impulsif Buying Pada Belanja Online (Study Pada Konsumen Online Shop Waingapu Blessing)." *Journal of Social science Research* 3, no. 3 (2023): 5563–5579.

Wang, Y, S Wang, and Y Yang. "Consumer Impulsive Buying Behavior in Mobile Commerce." *Electronic Commerce Research and Applications* 54 (2022): 101173.

Warto, Sabik Khumaini, Rizkiyah Amelia, and Fina Andrianti. "Edukasi Dan Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Muslim Pelaku UMKM Gunung Putri Bogor." *Jurnal Istima* 2, no. 1 (2025): 44–50.

Wijayanto, Gatot. *Dinamika Impulse Buying of Care Products Pengaruh FOMO, Brand Trust, Dan Konten Media Sosial*. Padang: CV. Nusantara Press Indonesia, 2026.

Wulandari, Catur, Dewi Shanti Nugrahani, Anna Probowati, Jl Gajah, Mada Km, Kec Bayan, Kab Purworejo, and Jawa Tengah. "PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK DAN SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Pada Konsumen Laris Toserba & Swalayan)" 13, no. 2 (2024).

Yuniar, Cintami Ira, and Muhammad Syaifulloh. "Pengaruh Fitur Live Streaming , Diskon Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pos Grosir Ecer (Pge) Pada Aplikasi Shopee" 1, no. 5 (2024): 485–495.

Zahroq, Erma Laelatul, and Binti Nur Asiyah. "Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi Z." *Jurnal Riset Ekonomi* 2, no. 1 (2022): 83–98.