

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.)). Penerbit Andi.
- Ahmadi. (2020). Pengaruh E-commerce, Promosi Penjualan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Ajang, & Hasanudin. (2020). Pengaruh Periklanan, Bebas Ongkos Kirim Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Aplikasi Lazada Di Kecamatan Rangkui Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2443–2164), 90–98.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Psikologi Universitas EsaUnggul*, 67–77. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/207/207>
- Andriani, L. A., & Harti. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Ekonomi Unmul*, 23(3), 454–462.
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 42–49.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Angelia, D. (2022). *Membedah Perilaku Keuangan Generasi Y dan Z Tahun 2021*. Goodstats.
- Anggreani, D. D. M., & Suciarto, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja Online Shopee). *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 3(1), 2622-612X.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 7(2), 71–78. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>

- Argentina, V. A. (2015). *Pengaruh Money Attitude Terhadap Impulsive Buying*.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Textile View Magazine*, 01(73), 293–301. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1tg5gmg.7>
- Besri, A. A. O. (2018). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge Dan Locus Of Control Terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Jurnal Publikasi*, 32.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Chairunnisa, N. (2023). *Apakah Berbagai Jenis Sales Promotion Tools Shopee Dapat Mendorong Pembelian Impulsif? (Survei Pada Konsumen Generasi Z Yang Berbelanja Produk Fashion Di Shopee) Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Christabara, A. (2015). *Pengaruh Money Attitude Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pembelian Tas Replika Bermerek Melalui Online Shop Grup Blackberry Messenger)*. 46.
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). ‘Instagram made Me buy it’: Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Febrilia, I., Rahmi, Lada, S., & Chekima, B. (2024). Online Impulse Buying: Investigating the Role of E-Commerce Attributes, Customer Motivation, and Urge to Buy Impulsively. *Journal of Behavioral Science*, 19(1), 95–108.
- Fenton-O’Creevy, M., & Furnham, A. (2020). Money Attitudes, Personality and Chronic Impulse Buying. *Applied Psychology*, 69(4), 1557–1572. <https://doi.org/10.1111/apps.12215>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). “True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx>
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23–35. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i2.1196>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.

- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Model (Sem) Berbasis Varian* (Abiratno, S. Nurdianti, & A. Diniati (eds.); Pertama). PT Inkubator Penulis Indonesia.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). *Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia*.
- Hasnah Hassan, S., Ramayah Thurasamy, T., & Yee Loi, W. (2017). International Review of Management and Marketing E-lifestyle, Customer Satisfaction and Loyalty among Mobile Subscribers in Thailand. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 354–362. <http://www.econjournals.com>
- Hastuti, S. H. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Sifat Kepribadian Terhadap Pembelian Impulsif*.
- Henrietta. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 226–241. <https://doi.org/10.20473/jmmt.v9i3.3077>
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Ittaquallah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). The Effects Of Mobile Marketing, Discount, And Lifestyle On Consumers' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(03). www.ijstr.org
- Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A. (2023). the Influence of Materialism Self Control and Financial Attitude on Financial Management Behavior in Online Marketplace With Impulsive Buying As an Intervening Variable. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 1(1), 49–65. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v1i1.5>
- Kelly, E. (2015). Hidup Hedonis Dan Impulse Buying. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 2(1), 1–18.
- Kemal, Saparila Worokinasih, & Ari Darmawan. (2020). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial Behavior Pada Youth Entrepreneur Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 140–150.

<https://profit.ub.ac.id>

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Y. Wati (ed.); Pertama). CV Budi Utama.
- Lai, C. W. (2010). How financial attitudes and practices influence the impulsive buying behavior of college and university students. *Social Behavior and Personality*, 38(3), 373–380. <https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.3.373>
- Laksmi, K. K. F., Secapramana, L. V. H., Wahyuni, H., & Elgeka, S. (2021). Hubungan Antara Money Attitude Dengan Impulsive Buying Tendency Melalui Materialism Sebagai Mediator. *Business and Finance Journal*, 6(1), 39–50. <https://doi.org/10.33086/bfj.v6i1.1978>
- Latifa, N., & Santoso, R. A. (2024). Peran Gaya Hidup dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 11(1), 150–168. <https://doi.org/10.35838/jrap.2024.011.01.11>
- Lesmana, Y. A. (2022). *Pengaruh Financial Attitude, Income, Financial Literacy dan Financial Risk Tolerance Terhadap Gaya Hidup dan Financial Management Behavior Pada Mahasiswa Pascasarjana Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* [Universitas Negeri Sumatera Utara]. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/50314?show=full>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/svu73>
- 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).” *Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI)*, 3(1), 31.
- Mustika, M., Yusuf, N., & Taruh, V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 82–96.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nisa, F. K., & Haryono, N. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus of Control, dan Lifestyle terhadap Financial Management Behavior Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 82–97. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p82-97>
- Novita, D. R., Ghufonudin, & Purwanto, D. (2023). Characteristics of Impulsive

Buying Behavior in Young Women in Simo District, Boyolali. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(2), 261–270.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i2> p-ISSN

Nuri, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Kenikmatan Berbelanja dan Gaya Hidup Onlie Terhadap Impulse Buying Masyarakat Muslim Milenial. *Journal of Business Theory and Practice*, 10(2), 6.
<http://www.theseus.fi/handle/10024/341553>
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958>
<http://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4816>
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23790/17211077> Tarita Syavira Alicia.pdf?

Pratami, K. I., & Yudiantara, I. G. A. P. (2023). Pengaruh Financial Attitude, Shopping Lifestyle Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Platform Marketplace Shopee (Studi pada generasi Z di Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 14, 896–907.

Pratminingsih, S. A., Hayati, N., Sukandi, P., Rahmayanti, R., Sujai, R. A. D. A., & Akbar, Y. K. (2021). The Influence Of Lifestyle, Hedonic Motivation, And Sales Promotion On Impulse Buying. *Review of International Geographical Education Online*, 11(6), 705–713. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.87>

Purnomo, H., & Ichsanudin. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. 235.
<http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9511>
<https://books.google.co.id/books/about?id=SMIqEAAA...>

Putri, D. A. K., & Santy, R. D. (2019). *Pengaruh Money Attitude Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif*.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
<https://doi.org/10.1>

Rahmawati, R., Onsardi, Miniarni, A. W. R., Sari, P. N. M., Nita, Z. A., Noviyani, W., Sari, P. F., Sanjaya, A. B., Agustina, S., Syafira, H., Mardiana, V., Septadinata, D., Nurhidayat, & Putera, A. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1), 23–29.
<https://doi.org/http://doi.org/10.36085/pbc.v1i1.2971>

Rai, K., Dua, S., & Yadav, M. (2019). Association of Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Knowledge Towards Financial Literacy: A Structural Equation Modeling Approach. *FIIB Business Review*, 8(1), 51–60.
<https://doi.org/10.1177/2319714519826651>

Robika, Y., Warneri, & Budiman, J. (2022). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Rusunawa UNTAN. *Jurnal*

Pendidikan Dan Pembelajaran, 11(12), 3280–3288.
<https://doi.org/10.26418/jppk.v11i12.60260>

Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research. Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.

Rossiana, A. V. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, External Locus Of Control Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Situs Marketplace (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.

Safitri, S. N., & Mutmainah, K. (2023). Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display Dan Financial Attitude Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Impulse Buying Behavior Konsumen (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2), 294–306.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.

Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022). *Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater*.

Sari, I. W., Susyanti, J., & Salim, M. A. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku Umkm Fashion Di Kota Batu. *E-Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN*, 17–31. www.fe.unisma.ac.id

Sari, & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 4). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>

Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170–183.

Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.

Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>

Suchida, I. (2019). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying Produk Fashion pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 3(1) Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying

- Produk Fashion pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin), 1–10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31602/atd.v3i1.1705>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan : pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R & D*. https://library.fip.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=3394
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian* (E. Risanto (ed.); 1st ed.). CV Andi Offset.
- Thakur, C., Diwekar, A., Reddy, B. J., & Gajjala, N. (2020). A Study of the Online Impulse Buying Behaviour during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 3(9), 86–90. <https://doi.org/10.47607/ijresm.2020.294>
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce). *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Wahyuni. (2017). *Generasi Z Diprediksi Jadi Generasi Konsumtif, Apa Alasannya?* Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3110014/generasi-z-diprediksi-jadi-generasi-konsumtif-apa-alasannya%0AWahyuni>,
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 2580–9539.
- Widawati, L. (2011). Analisis Perilaku “Impulse Buying” dan “Locus of Control” pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Mimbar*, XXVII(2), 125–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mimbar.v27i2.320>
- Widyastuti, U., Azizeh, N., & Yusuf, M. (2022). Determinant of Financial Management Behavior and Impact on Financial Satisfaction in Generation Z. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 57–76. <https://doi.org/10.21009/jdmb.05.2.4>
- Wijaya, A. (2019). *Metode penelitian menggunakan smart PLS 03*.
- Wijaya, E., & Oktariana, Y. (2019). Faktor - faktor yang mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *Ekombis Review*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Winkel, B. J. (1997). In plane view: an exercise in visualization. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology*, 28(4), 599–607. <https://doi.org/10.1080/0020739970280415>
- Wulandari, D. A., & Adiba, E. M. (2018). Perilaku Pengelolaan Keuangan Dan Impulsive Buying Wanita Muslim Surabaya. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 318–328. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.39>

- Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero:Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>
- Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The Development of a Money Attitude Scale, *Journal of Personality Assessment*. *Journal of Personality Assessment*, 46(5), 522–528. <https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4605>
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk UNIQLO. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 321–327. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.596>

