

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Aditia, Alfin Nur Arifah, Dheri Febiyani Lestari, and Rizky Ridwan. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (2023): 205–212.
- Adrian, Dennis, and M. Rachman Mulyandi. "Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 2 (2020): 215–222.
- Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2, no. 2 (2020): 34.
- Ahmad Burhan, Fahmi. "Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria." *Katadata*. Last modified 2020. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>.
- Andreas Klein, Varinder M Sharma. "Cultural Perspectives of Millennials' Decision-Making Styles in Online Group Buying." *Journal of Internasional Consumer Marketing* Volume 34 (2022). <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08961530.2021.1982808?scroll=top&needAccess=true>.

Annisa Dyah, Jojok Dwiridotjahjono. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 3 No 5 (2022).

Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham, Hery Purnomo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Karawang: Sabar Jaya Publisher, 2024.

Ashoumi, Hilyah. *Pendidikan Karakter Islam*. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Astuti, Windi Puji. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Daring Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2020 Dengan Shopping Enjoyment Sebagai Variabel Intervenin.” *Business and Accounting Education Journal* 4, no. 2 (2023): 196–218.

Bachri Thalib, Syamsul. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Badan Pusat Statistik. “Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2023.” *Badan Pusat Statistik*, no. 35 (2023): 1–28.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>.

Basuki, Imelda Aryani. “Pengaruh Gaya Hidup Flexing, Pendapatan Dan Hedonic

- Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi.” *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository* (n.d.).
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/30163>.
- Blegur, Jusuf. *Soft Skill Untuk Prestasi Belajar*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- dan Hendryadi, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2015.
- . *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2019.
- Dila Anggraini. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam).” *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)* 2, no. 01 (2022): 734–749.
- Dwifedi, Ismagilova, HUGHES, Carlson. “Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions.” *International Journal of Information Management*, (2021).
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>.
- Erwin, Loso, Muzayyah, Michael, Neneng, Fiandy. *Social Media Marketing Trends*.

Edited by Yayan Agusdi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

F. Santika, Erlina. “Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?” *Databoks*. Last modified 2023. https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source.

Gede Bayu, Ni Nyoman, I Gusti Ayu, Ni Wayan. *Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Pelaksanaan Yadnya: Studi Pada Perempuan Hindu Bali*. PT Media Pustaka Indo, 2023.

Generasi Dan Milenial Di Jakarta Mona Liska, Pada Z, and Fitriani Nur Utami. “The Influence of Shopping Lifestyle and Discount Prices on Impulsive Buying Through Tiktok Shop Media on Generation Z and Millennials in Jakarta Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 6215–6123. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

Haikal, Fikri. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Diskon Dan Hedonic Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dengan Mediasi Perceived Value” 7, no. 2 (2024): 565–583.

Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S Pasaribu, et al. *Social Media Marketing. Media*. Vol. 58, 2023. <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>.

Hery, Widyawati. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Edited by Bumi Aksara. Jakarta, 2012.

Hilyah Ashoumi, Habil Syahril. *Pendidikan Karakter Islam*. Jawa Timur: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Van Horn, Deborah H.A. “Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation.” *Clinical Psychology Review* 15, no. 4 (1995): 367–368.

i wayan, ni nyoman. *Social Media Marketing, Brand Image, Dan Purchase Intention: Konsep & Studi Kasus*. Cilacap: PT Media Pustaka Indo, 2024.

Irfani, Fauriyatul, Ahmaddin Ahmad Tohar, and Zuriatul Khairi. “Tarbiyah Al-Qalb: Pengembangan Kontrol Diri Dalam Psikologi Islam.” *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research* 2, no. 2 (2024): 1281–1287.

isalman, ramadhani farhan, ittaqullah nurul. “Stimulus Promosi Penjualan, Marketplace Display, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impulse Buying Di Kalangan Wanita Milenial.” *Jurnal Ilmu Manajemen* (2024). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/27557/11551>.

Ita Rahmawati, Lailatus Sa’adah, Nur Amalia. *Faktor Diskon, Bonus Pack, Dan In*

Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.

Kaniasti, Laura. *Sejarah TikTok Shop Di Indonesia, Dari Dilarang Hingga Hadir Kembali*, 2023. <https://bekasi.inews.id/read/382453/sejarah-tiktok-shop-di-indonesia-dari-dilarang-hingga-hadir-kembali>.

Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. “Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104.

Kurniawan, Rafika Athiyah, and Rusdi Hidayat Nugroho. “Pengaruh Content Marketing, Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Surabaya: Studi Pada Pengguna Tahun 2022-2023.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 2367–2379.

Kurniawati, Lestari. “Analisis Pengaruh Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Chronic Poverty.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* (2021).

Kusuma Wardani, Dian. *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, Asosiatif)*. Jombang: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.

Magistarina, Elrisfa. “Pengaruh Moderasi Self Control Pada Electronic Word Of Mouth (EWOM) Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Impulse Buying

- Konsumen.” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 10589–10599.
- Makal, Eirene Natalia. “Pengaruh Faktor Situasional Dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Motivasi Belanja Hedonik Sebagai Intervening.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (2018).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/19337>.
- Mamuaya, Nova Christian Immanuel. *Faktor Situasional, Atmosfer Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Edited by Safrinal. CV. Azka Pustaka, 2021.
- Mankiw, Gregory. *For Mankiw , MACROECONOMICS , Ninth Edition*, 2016.
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Muhammad, Naeem. “Understanding the Customer Psychology of Impulse Buying during Covid-19 Pandemic: Implications for Retailers.” *Emerald Insight* (2021).
- Mujiyana, Alif, Eka Bella, and Penulis Korespondensi. “Development Of Monzer Kahf ’ s Islamic Consumption Theory And Ethics” 3, no. 3 (2024): 732–742.
- Mukhsinah, *. “The Impact of Product, People, Process Dan Physical Evidence on Customer Loyalty at PT. Samudera Shipping Services - Surabaya.” *Jmm17* 1, no. 01 (2014).
- Narottama, Moniaga. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar.” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (2022).

<https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>.

Nur Alif, Muhammad. *Prosiding Seminar Nasional 'Membangun Generasi Emas 2045 Yang Berkarakter Dan Melek IT Dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional."* Sumedang: UPI Sumedang Press, 2018.

Nurhadi. *Dasar Dan Asas Transaksi Ekonomi Bisnis Dan Keuangan Islam*. Bogor: Guepedia, 2019.

P, Kotler, and Kelller K.L. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education, 2016.

Pandrianto, Nigar, roswita oktaviani, wulan purnamasari. *Digitalisasi Dan Humanisme Dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.

Park, Jihye, and Sharron J. Lennon. "Psychological and Environmental Antecedents of Impulse Buying Tendency in the Multichannel Shopping Context." *Journal of Consumer Marketing* 23, no. 2 (2006): 58–68.

Patricia. *Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*, 2023. <https://info.populix.co/reports/2023-02-indonesian-shopper-behavior-on-promotion-week>.

Pendidikan dan Kebudayaan, Kementrian. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." *Balai Pustaka*.

Populix. "5 Karakter Konsumen Indonesia." *Populix*. Last modified 2023. <https://info.populix.co/articles/karakter-konsumen/>.

———. "Sifat Masyarakat Indonesia Saat Belanja Online: Impulsif." *Kumparan*. Last

modified 2023. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/2/gallery/1>.

———. “The Social Commerce Landscape in Indonesia,” no. September (2022): 1–15.

Pranggabayu, Bargas, and Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsphere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza).” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 6 (2022): 951–966.

Purwanto, Nuri. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.

———. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.

Pusat Statistik, Badan. *Rata-Rata Upah/Gaji (Rupiah), 2025, 2025*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTUyMSMy/rata-rata-upah-gaji.html?utm>.

Puteri, Hesi Eka, Niyara Arinda, Sandra Dewi, and Guspita Sari. “Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials.” *European Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 6 (2022): 118–129.

- R.F, Baumeister. “Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior.” *Journal of Consumer Research* (2002): 670–676.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kaus Integrated Marketing Communication*, n.d.
- RI, Kementrian Agama. “Al Quran Dan Terjemah.” *Dharma Art*.
- Ridwan. *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*. Edited by M.Pd.I Satriani. CV. Azka Pustaka, n.d.
- Rochman, Fathur. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: UB Press, 2012.
- Rosalina, Evi. “PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN MARKETPLACE MARKETING TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING DENGAN DIGITAL PAYMENT SEBAGAI MODERATING.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* Vol.3, No. (2023).
- Rulli, Nasrullah. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- S.R, Soemarso. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Saleh, Riskawati, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, A M Diponegoro, Universitas Ahmad, and Dahlan Yogyakarta. “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam” 14, no. April (2023).

- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saodin. “Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2021): 105–122.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Siregar, Hotrun. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sofiyah Salsabilah, Iswati Iswati, and Arief Widjadmoko. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen E-Commerce Shopee Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 2, no. 3 (2024): 216–231.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA, 2006.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2013.
- Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006.
- Sulindo, Koran. *Sejarah Tiktok Shop Hingga Dilarang Di Indonesia*. Jakarta, 2023.

<https://koransulindo.com/sejarah-tiktok-shop-hingga-dilarang-di-indonesia/>.

Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2011.

Surbakti, Muhammad Khairul Rizal, Gatot Wijayanto, and Eka Armas Pailis.

“Pengaruh Influencer, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022).
<https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol4/iss2/1>.

Sutisna, Marcellia. *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Edited by Lidya Mayasari. Penerbit Andi, 2022.

Syaharani, Mela. “Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan Dan Transaksi Di Indonesia.” *Katadata*. Last modified 2023.
<https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah-ekonomi/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia>.

Syaparruddin. *Edukasi Ekonomi Islam: Perilaku Konsumen Muslim*. Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021.

Syaparruddin, Dr. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021.

Tambunan, Jeremie Wise, Sri Vandayuli Riorini, and Kevin Al Kautsar. “Pengaruh Social Media Marketing , Mobile Marketing , Dan Email Marketing Terhadap Impulsive Buying Behavior.” *Jurnal Pendidikan ...* 7 (2024): 27947–27956.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11240%0Ahttps://jptam.org/index>

.php/jptam/article/download/11240/8857.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

Valencia, Aisyah Ratnaningtyas, and Desy Prastyani. “Kaitan Intensitas Penggunaan Tiktok Shop Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal.” *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul* (2023): 35–45.
<https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/300>.

Verplanken, Astrid Herabadi. “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking.” *European Journal of Personality* Vol 15 (2001): 71–83.

Vohs, Kathleen D., and Ronald J. Faber. “Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying.” *Journal of Consumer Research* 33, no. 4 (2007): 537–547.

Wibowo, Agung Edy. *Metode Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.

Wigati, Sri. “PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya).” *PrilakuKonsumen* 01, no. 01 (2011): 22–39.

Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi” 3, no. 2 (2021): 96–102.

Yamin, Sofyan. *Olah Data Statistik: SmartPLS4 Amos & Sata, 3 Ed.* Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional, 2023.

Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah.* Bandung: CV Pustaka Seni, 2016.

Yusuf, Eni, Danial, Syahril. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

———. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

———. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

Zulganef. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen.* Bandung: PT Rafika Aditama, 2018.

Abdurachman, Aditia, Alfin Nur Arifah, Dheri Febiyani Lestari, and Rizky Ridwan. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (2023): 205–212.

Adrian, Dennis, and M. Rachman Mulyandi. “Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online.” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 2 (2020): 215–222.

Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif

Pada Konsumen Shopee ID.” *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2, no. 2 (2020): 34.

Ahmad Burhan, Fahmi. “Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria.” *Katadata*. Last modified 2020. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>.

Andreas Klein, Varinder M Sharma. “Cultural Perspectives of Millennials’ Decision-Making Styles in Online Group Buying.” *Journal of Internasional Consumer Marketing* Volume 34 (2022).
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08961530.2021.1982808?scroll=top&needAccess=true>.

Annisa Dyah, Jujuk Dwiridotjahjono. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 3 No 5 (2022).

Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham, Hery Purnomo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Karawang: Sabar Jaya Publisher, 2024.

Ashoumi, Hilyah. *Pendidikan Karakter Islam*. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Astuti, Windi Puji. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Daring

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2020 Dengan Shopping Enjoyment Sebagai Variabel Intervenin.” *Business and Accounting Education Journal* 4, no. 2 (2023): 196–218.
- Bachri Thalib, Syamsul. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Badan Pusat Statistik. “Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2023.” *Badan Pusat Statistik*, no. 35 (2023): 1–28.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-persen-dan-rata-rata-upah-buruh--sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>.
- Basuki, Imelda Aryani. “Pengaruh Gaya Hidup Flexing, Pendapatan Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi.” *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository* (n.d.).
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/30163>.
- Blegur, Jusuf. *Soft Skill Untuk Prestasi Belajar*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- dan Hendryadi, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2015.

———. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2019.

Dila Anggraini. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam).” *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)* 2, no. 01 (2022): 734–749.

Dwifedi, Ismagilova, HUGHES, Carlson. “Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions.” *International Journal of Information Management*, (2021).
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>.

Erwin, Loso, Muzayyah, Michael, Neneng, Fiandy. *Social Media Marketing Trends*. Edited by Yayan Agusdi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

F. Santika, Erlina. “Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?” *Databoks*. Last modified 2023.
https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source.

Gede Bayu, Ni Nyoman, I Gusti Ayu, Ni Wayan. *Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Pelaksanaan Yadnya: Studi Pada Perempuan Hindu Bali*. PT Media Pustaka Indo, 2023.

Generasi Dan Milenial Di Jakarta Mona Liska, Pada Z, and Fitriani Nur Utami. “The

Influence of Shopping Lifestyle and Discount Prices on Impulsive Buying Through Tiktok Shop Media on Generation Z and Millennials in Jakarta Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 6215–6123. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

Haikal, Fikri. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Diskon Dan Hedonic Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dengan Mediasi Perceived Value” 7, no. 2 (2024): 565–583.

Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S Pasaribu, et al. *Social Media Marketing. Media*. Vol. 58, 2023. <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>.

Hery, Widyawati. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Edited by Bumi Aksara. Jakarta, 2012.

Hilyah Ashoumi, Habil Syahril. *Pendidikan Karakter Islam*. Jawa Timur: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Van Horn, Deborah H.A. “Losing Control: How and Why People Fail at Self-

- Regulation.” *Clinical Psychology Review* 15, no. 4 (1995): 367–368.
- i wayan, ni nyoman. *Social Media Marketing, Brand Image, Dan Purchase Intention: Konsep & Studi Kasus*. Cilacap: PT Media Pustaka Indo, 2024.
- Irfani, Fauriyatul, Ahmaddin Ahmad Tohar, and Zuriatul Khairi. “Tarbiyah Al-Qalb: Pengembangan Kontrol Diri Dalam Psikologi Islam.” *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research* 2, no. 2 (2024): 1281–1287.
- isalman, ramadhani farhan, ittaqullah nurul. “Stimulus Promosi Penjualan, Marketplace Display, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impulse Buying Di Kalangan Wanita Milenial.” *Jurnal Ilmu Manajemen* (2024). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/27557/11551>.
- Ita Rahmawati, Lailatus Sa’adah, Nur Amalia. *Faktor Diskon, Bonus Pack, Dan In Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif*. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.
- Kaniasti, Laura. *Sejarah TikTok Shop Di Indonesia, Dari Dilarang Hingga Hadir Kembali*, 2023. <https://bekasi.inews.id/read/382453/sejarah-tiktok-shop-di-indonesia-dari-dilarang-hingga-hadir-kembali>.
- Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104.
- Kurniawan, Rafika Athiyah, and Rusdi Hidayat Nugroho. “Pengaruh Content

Marketing, Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Surabaya: Studi Pada Pengguna Tahun 2022-2023.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 2367–2379.

Kurniawati, Lestari. “Analisis Pengaruh Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Chronic Poverty.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* (2021).

Kusuma Wardani, Dian. *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, Asosiatif)*. Jombang: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.

Magistarina, Elrisfa. “Pengaruh Moderasi Self Control Pada Electronic Word Of Mouth (EWOM) Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Impulse Buying Konsumen.” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 10589–10599.

Makal, Eirene Natalia. “Pengaruh Faktor Situasional Dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Motivasi Belanja Hedonik Sebagai Intervening.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (2018).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/19337>.

Mamuaya, Nova Christian Immanuel. *Faktor Situasional, Atmosfer Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Edited by Safrinal. CV. Azka Pustaka, 2021.

Mankiw, Gregory. *For Mankiw , MACROECONOMICS , Ninth Edition*, 2016.

- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Muhammad, Naeem. “Understanding the Customer Psychology of Impulse Buying during Covid-19 Pandemic: Implications for Retailers.” *Emerald Insight* (2021).
- Mujiyana, Alif, Eka Bella, and Penulis Korespondensi. “Development Of Monzer Kahf ’ s Islamic Consumption Theory And Ethics” 3, no. 3 (2024): 732–742.
- Mukhsinah, *. “The Impact of Product, People, Process Dan Physical Evidence on Customer Loyalty at PT. Samudera Shipping Services - Surabaya.” *Jmm17* 1, no. 01 (2014).
- Narottama, Moniaga. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar.” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (2022).
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>.
- Nur Alif, Muhammad. *Prosiding Seminar Nasional 'Membangun Generasi Emas 2045 Yang Berkarakter Dan Melek IT Dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional."* Sumedang: UPI Sumedang Press, 2018.
- Nurhadi. *Dasar Dan Asas Transaksi Ekonomi Bisnis Dan Keuangan Islam*. Bogor: Guepedia, 2019.
- P, Kotler, and Kelller K.L. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education, 2016.
- Pandrianto, Nigar, roswita oktaviani, wulan purnamasari. *Digitalisasi Dan Humanisme Dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.

- Park, Jihye, and Sharron J. Lennon. "Psychological and Environmental Antecedents of Impulse Buying Tendency in the Multichannel Shopping Context." *Journal of Consumer Marketing* 23, no. 2 (2006): 58–68.
- Patricia. *Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*, 2023. <https://info.populix.co/reports/2023-02-indonesian-shopper-behavior-on-promotion-week>.
- Pendidikan dan Kebudayaan, Kementrian. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." *Balai Pustaka*.
- Populix. "5 Karakter Konsumen Indonesia." *Populix*. Last modified 2023. <https://info.populix.co/articles/karakter-konsumen/>.
- . "Sifat Masyarakat Indonesia Saat Belanja Online: Impulsif." *Kumparan*. Last modified 2023. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/2/gallery/1>.
- . "The Social Commerce Landscape in Indonesia," no. September (2022): 1–15.
- Pranggabayu, Bargas, and Anik Lestari Andjarwati. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsosphere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza)." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 6 (2022): 951–966.

- Purwanto, Nuri. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- . *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Pusat Statistik, Badan. *Rata-Rata Upah/Gaji (Rupiah)*, 2025, 2025.
<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTUyMSMy/rata-rata-upah-gaji.html?utm>.
- Puteri, Hesi Eka, Niyara Arinda, Sandra Dewi, and Guspita Sari. “Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials.” *European Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 6 (2022): 118–129.
- R.F, Baumeister. “Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior.” *Journal of Consumer Research* (2002): 670–676.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kaus Integrated Marketing Communication*, n.d.
- RI, Kementrian Agama. “Al Quran Dan Terjemah.” *Dharma Art*.
- Ridwan. *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*. Edited by M.Pd.I Satriani. CV. Azka Pustaka, n.d.
- Rochman, Fathur. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: UB Press, 2012.

- Rosalina, Evi. “PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN MARKETPLACE MARKETING TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING DENGAN DIGITAL PAYMENT SEBAGAI MODERATING.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* Vol.3, No. (2023).
- Rulli, Nasrullah. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- S.R, Soemarso. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Saleh, Riskawati, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, A M Diponegoro, Universitas Ahmad, and Dahlan Yogyakarta. “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam” 14, no. April (2023).
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saodin. “Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2021): 105–122.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Siregar, Hotrun. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sofiyah Salsabilah, Iswati Iswati, and Arief Widjadmoko. “Pengaruh Hedonic

Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen E-Commerce Shopee Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 2, no. 3 (2024): 216–231.

Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA, 2006.

———. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, 2013.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2013.

Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006.

Sulindo, Koran. *Sejarah Tiktok Shop Hingga Dilarang Di Indonesia*. Jakarta, 2023.
<https://koransulindo.com/sejarah-tiktok-shop-hingga-dilarang-di-indonesia/>.

Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2011.

Surbakti, Muhammad Khairul Rizal, Gatot Wijayanto, and Eka Armas Pailis.
“Pengaruh Influencer, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022).
<https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol4/iss2/1>.

Sutisna, Marcellia. *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Edited by Lidya Mayasari. Penerbit Andi, 2022.

Syahrani, Mela. “Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan Dan Transaksi Di Indonesia.” *Katadata*. Last modified 2023.
<https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah-ekonomi/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia>.

Syaparuddin. *Edukasi Ekonomi Islam: Perilaku Konsumen Muslim*. Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021.

Syaparuddin, Dr. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021.

Tambunan, Jeremie Wise, Sri Vandayuli Riorini, and Kevin Al Kautsar. “Pengaruh Social Media Marketing , Mobile Marketing , Dan Email Marketing Terhadap Impulsive Buying Behavior.” *Jurnal Pendidikan ...* 7 (2024): 27947–27956.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11240%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/11240/8857>.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

Valencia, Aisyah Ratnaningtyas, and Desy Prastyani. “Kaitan Intensitas Penggunaan Tiktok Shop Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal.” *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul* (2023): 35–45.
<https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/300>.

Verplanken, Astrid Herabadi. “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking.” *European Journal of Personality* Vol 15 (2001): 71–

83.

Vohs, Kathleen D., and Ronald J. Faber. "Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying." *Journal of Consumer Research* 33, no. 4 (2007): 537–547.

Wibowo, Agung Edy. *Metode Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.

Wigati, Sri. "PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya)." *PrilakuKonsumen* 01, no. 01 (2011): 22–39.

Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. "Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi" 3, no. 2 (2021): 96–102.

Yamin, Sofyan. *Olah Data Statistik: SmartPLS4 Amos & Sata, 3 Ed.* Bekasi: PT Dewangga Energi Internasioal, 2023.

Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Seni, 2016.

Yusuf, Eni, Danial, Syahril. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

———. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

———. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.

Zulganef. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Bandung: PT Rafika Aditama, 2018.

Abdurachman, Aditia, Alfin Nur Arifah, Dheri Febiyani Lestari, and Rizky Ridwan. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (2023): 205–212.

Adrian, Dennis, and M. Rachman Mulyandi. “Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online.” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 2 (2020): 215–222.

Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID.” *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2, no. 2 (2020): 34.

Ahmad Burhan, Fahmi. “Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria.” *Katadata*. Last modified 2020. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>.

Andreas Klein, Varinder M Sharma. “Cultural Perspectives of Millennials’ Decision-Making Styles in Online Group Buying.” *Journal of Internasional Consumer Marketing* Volume 34 (2022).
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08961530.2021.1982808?scroll=t>

op&needAccess=true.

Annisa Dyah, Jojok Dwiridotjahjono. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 3 No 5 (2022).

Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham, Hery Purnomo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Karawang: Sabar Jaya Publisher, 2024.

Ashoumi, Hilyah. *Pendidikan Karakter Islam*. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Astuti, Windi Puji. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan, Dan Electronic Word of Mouth Ter-Hadap Perilaku Pembelian Impulsif Daring Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2020 Dengan Shopping Enjoyment Sebagai Variabel Intervenin.” *Business and Accounting Education Journal* 4, no. 2 (2023): 196–218.

Bachri Thalib, Syamsul. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Badan Pusat Statistik. “Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2023.” *Badan Pusat Statistik*, no. 35 (2023): 1–28.

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>.

- Basuki, Imelda Aryani. “Pengaruh Gaya Hidup Flexing, Pendapatan Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi.” *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository* (n.d.).
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/30163>.
- Blegur, Jusuf. *Soft Skill Untuk Prestasi Belajar*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- dan Hendryadi, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2015.
- . *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2019.
- Dila Anggraini. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam).” *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)* 2, no. 01 (2022): 734–749.
- Dwifedi, Ismagilova, HUGHES, Carlson. “Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions.” *International Journal of Information Management*, (2021).
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>.

Erwin, Loso, Muzayyah, Michael, Neneng, Fiandy. *Social Media Marketing Trends*.

Edited by Yayan Agusdi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

F. Santika, Erlina. “Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia

Berapa Mereka?” *Databoks*. Last modified 2023.

[https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-](https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source)

[anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source](https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source).

Gede Bayu, Ni Nyoman, I Gusti Ayu, Ni Wayan. *Perilaku Pembelian Impulsif Dalam*

Pelaksanaan Yadnya: Studi Pada Perempuan Hindu Bali. PT Media Pustaka

Indo, 2023.

Generasi Dan Milenial Di Jakarta Mona Liska, Pada Z, and Fitriani Nur Utami. “The

Influence of Shopping Lifestyle and Discount Prices on Impulsive Buying

Through Tiktok Shop Media on Generation Z and Millennials in Jakarta Pengaruh

Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media

Tiktok Shop.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5

(2023): 6215–6123. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, Dan*

Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

Haikal, Fikri. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Diskon Dan

Hedonic Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Dengan Mediasi

Perceived Value” 7, no. 2 (2024): 565–583.

Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S Pasaribu, et al. *Social Media Marketing. Media*. Vol. 58, 2023. <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>.

Hery, Widyawati. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Edited by Bumi Aksara. Jakarta, 2012.

Hilyah Ashoumi, Habil Syahril. *Pendidikan Karakter Islam*. Jawa Timur: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2023.

Van Horn, Deborah H.A. “Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation.” *Clinical Psychology Review* 15, no. 4 (1995): 367–368.

i wayan, ni nyoman. *Social Media Marketing, Brand Image, Dan Purchase Intention: Konsep & Studi Kasus*. Cilacap: PT Media Pustaka Indo, 2024.

Irfani, Fauriyatul, Ahmaddin Ahmad Tohar, and Zuriatul Khairi. “Tarbiyah Al-Qalb: Pengembangan Kontrol Diri Dalam Psikologi Islam.” *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research* 2, no. 2 (2024): 1281–1287.

isalman, ramadhani farhan, ittaqullah nurul. “Stimulus Promosi Penjualan, Marketplace Display, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impulse Buying Di Kalangan Wanita Milenial.” *Jurnal Ilmu Manajemen* (2024). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/27557/11551>.

Ita Rahmawati, Lailatus Sa’adah, Nur Amalia. *Faktor Diskon, Bonus Pack, Dan In*

Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif. LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.

Kaniasti, Laura. *Sejarah TikTok Shop Di Indonesia, Dari Dilarang Hingga Hadir Kembali*, 2023. <https://bekasi.inews.id/read/382453/sejarah-tiktok-shop-di-indonesia-dari-dilarang-hingga-hadir-kembali>.

Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104.

Kurniawan, Rafika Athiyah, and Rusdi Hidayat Nugroho. “Pengaruh Content Marketing, Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Surabaya: Studi Pada Pengguna Tahun 2022-2023.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 2367–2379.

Kurniawati, Lestari. “Analisis Pengaruh Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Chronic Poverty.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* (2021).

Kusuma Wardani, Dian. *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, Asosiatif)*. Jombang: LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.

Magistarina, Elrisfa. “Pengaruh Moderasi Self Control Pada Electronic Word Of Mouth (EWOM) Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Impulse Buying

- Konsumen.” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 10589–10599.
- Makal, Eirene Natalia. “Pengaruh Faktor Situasional Dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Motivasi Belanja Hedonik Sebagai Intervening.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (2018).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/19337>.
- Mamuaya, Nova Christian Immanuel. *Faktor Situasional, Atmosfer Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Edited by Safrinal. CV. Azka Pustaka, 2021.
- Mankiw, Gregory. *For Mankiw , MACROECONOMICS , Ninth Edition*, 2016.
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Muhammad, Naeem. “Understanding the Customer Psychology of Impulse Buying during Covid-19 Pandemic: Implications for Retailers.” *Emerald Insight* (2021).
- Mujiyana, Alif, Eka Bella, and Penulis Korespondensi. “Development Of Monzer Kahf ’ s Islamic Consumption Theory And Ethics” 3, no. 3 (2024): 732–742.
- Mukhsinah, *. “The Impact of Product, People, Process Dan Physical Evidence on Customer Loyalty at PT. Samudera Shipping Services - Surabaya.” *Jmm17* 1, no. 01 (2014).
- Narottama, Moniaga. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar.” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (2022).

<https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>.

Nur Alif, Muhammad. *Prosiding Seminar Nasional 'Membangun Generasi Emas 2045 Yang Berkarakter Dan Melek IT Dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional."* Sumedang: UPI Sumedang Press, 2018.

Nurhadi. *Dasar Dan Asas Transaksi Ekonomi Bisnis Dan Keuangan Islam*. Bogor: Guepedia, 2019.

P, Kotler, and Kelller K.L. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education, 2016.

Pandrianto, Nigar, roswita oktaviani, wulan purnamasari. *Digitalisasi Dan Humanisme Dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.

Park, Jihye, and Sharron J. Lennon. "Psychological and Environmental Antecedents of Impulse Buying Tendency in the Multichannel Shopping Context." *Journal of Consumer Marketing* 23, no. 2 (2006): 58–68.

Patricia. *Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*, 2023. <https://info.populix.co/reports/2023-02-indonesian-shopper-behavior-on-promotion-week>.

Pendidikan dan Kebudayaan, Kementrian. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." *Balai Pustaka*.

Populix. "5 Karakter Konsumen Indonesia." *Populix*. Last modified 2023. <https://info.populix.co/articles/karakter-konsumen/>.

———. "Sifat Masyarakat Indonesia Saat Belanja Online: Impulsif." *Kumparan*. Last

modified 2023. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/2/gallery/1>.

———. “The Social Commerce Landscape in Indonesia,” no. September (2022): 1–15.

Pranggabayu, Bargas, and Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsophere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza).” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 6 (2022): 951–966.

Purwanto, Nuri. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.

———. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.

Pusat Statistik, Badan. *Rata-Rata Upah/Gaji (Rupiah), 2025, 2025*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTUyMSMy/rata-rata-upah-gaji.html?utm>.

Puteri, Hesi Eka, Niyara Arinda, Sandra Dewi, and Guspita Sari. “Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials.” *European Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 6 (2022): 118–129.

- R.F, Baumeister. “Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior.” *Journal of Consumer Research* (2002): 670–676.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kaus Integrated Marketing Communication*, n.d.
- RI, Kementrian Agama. “Al Quran Dan Terjemah.” *Dharma Art*.
- Ridwan. *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*. Edited by M.Pd.I Satriani. CV. Azka Pustaka, n.d.
- Rochman, Fathur. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: UB Press, 2012.
- Rosalina, Evi. “PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN MARKETPLACE MARKETING TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING DENGAN DIGITAL PAYMENT SEBAGAI MODERATING.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* Vol.3, No. (2023).
- Rulli, Nasrullah. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- S.R, Soemarso. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Saleh, Riskawati, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, A M Diponegoro, Universitas Ahmad, and Dahlan Yogyakarta. “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam” 14, no. April (2023).

- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saodin. “Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2021): 105–122.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Siregar, Hotrun. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sofiyah Salsabilah, Iswati Iswati, and Arief Widjadmoko. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen E-Commerce Shopee Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 2, no. 3 (2024): 216–231.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA, 2006.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2013.
- Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006.
- Sulindo, Koran. *Sejarah Tiktok Shop Hingga Dilarang Di Indonesia*. Jakarta, 2023.

<https://koransulindo.com/sejarah-tiktok-shop-hingga-dilarang-di-indonesia/>.

Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2011.

Surbakti, Muhammad Khairul Rizal, Gatot Wijayanto, and Eka Armas Pailis.

“Pengaruh Influencer, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022).
<https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol4/iss2/1>.

Sutisna, Marcellia. *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Edited by Lidya Mayasari. Penerbit Andi, 2022.

Syahrani, Mela. “Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan Dan Transaksi Di Indonesia.” *Katadata*. Last modified 2023.
<https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah-ekonomi/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia>.

Syaparruddin. *Edukasi Ekonomi Islam: Perilaku Konsumen Muslim*. Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021.

Syaparruddin, Dr. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021.

Tambunan, Jeremie Wise, Sri Vandayuli Riorini, and Kevin Al Kautsar. “Pengaruh Social Media Marketing , Mobile Marketing , Dan Email Marketing Terhadap Impulsive Buying Behavior.” *Jurnal Pendidikan ...* 7 (2024): 27947–27956.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11240%0Ahttps://jptam.org/index>

.php/jptam/article/download/11240/8857.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

Valencia, Aisyah Ratnaningtyas, and Desy Prastyani. “Kaitan Intensitas Penggunaan Tiktok Shop Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal.” *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul* (2023): 35–45.
<https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/300>.

Verplanken, Astrid Herabadi. “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking.” *European Journal of Personality* Vol 15 (2001): 71–83.

Vohs, Kathleen D., and Ronald J. Faber. “Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying.” *Journal of Consumer Research* 33, no. 4 (2007): 537–547.

Wibowo, Agung Edy. *Metode Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.

Wigati, Sri. “PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya).” *PrilakuKonsumen* 01, no. 01 (2011): 22–39.

Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi” 3, no. 2 (2021): 96–102.

- Yamin, Sofyan. *Olah Data Statistik: SmartPLS4 Amos & Sata, 3 Ed.* Bekasi: PT Dewangga Energi Internasioal, 2023.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah.* Bandung: CV Pustaka Seni, 2016.
- Yusuf, Eni, Danial, Syahril. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.
- . *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.
- . *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan.* Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.
- Zulganef. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen.* Bandung: PT Rafika Aditama, 2018.