

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Kamiruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022)
- Abdullah, Ma'ruf, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015)
- Amalia S, Dita, Radhna Keumala Rangkuti, Harry Akbar Nasution, Putri Zulfati Wardina Nasution, Syahla Hidayah, and Tengku Alexander Hamzah Chalik, 'Pendampingan Pemasaran Digital Terhadap Kewirausahaan Dalam Pengembangan Kreativitas Dan Inovasi Masyarakat Di Desa Sukaramai', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1 (2024), 290–302 <<https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i3.1334>>
- Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo: Penerbit Pradina Pustaka, 2022)
- Anggasta, Giovanny, and Diana Guretti Gita Puspitasari, 'Implikasi Budaya Self-Reward Terhadap Konsumtivitas : Studi Kasus Gen-Z', *Jurnal Media Akademik*, 2 (2024), 3031–5220
- Anggraini, Silvia Intan, 'Pengaruh Kontrol Diri, Promosi, Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)', *SIMANIS (Simposium Manajemen Dan Bisnis)*, 3 (2024), 750–59
- Badri, Juarsa, Helendra Helendra, Zuraedah Indah, Hane Johan, and Iljasmadi Iljasmadi, 'Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengunjung Transmart Padang', *Jurnal Minfo Polgan*, 12 (2023), 934–46 <<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12547>>
- Benu, Fred L., *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019)
- Dara Khoiruni Arwa Salsabila, Rahma Aulia Agustin, Dimas Madu Nasrullah, Yulekhah Ariyanti, and Ratih Pratiwi, 'Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Shopee', *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19 (2024), 61–69 <<https://doi.org/10.46975/m41k6g87>>
- Denpasar, Prodi Studi Manajemen FEB Unmas, *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan, Dan Aplikasi* (Bali: CV. Noah Aletheia, 2020)
- Eko Saputra, Febrian, and Akbar Riskal Amani, 'Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Nilai Belanja Hedonis Melalui Pembelian Implusif Produk Fashion Secara Online (Penelitian Tentang Generation Z Di Bandung)', *Asian Journal of Social and Humanities*, 1 (2023), 941–48
- Ernestivita, Gesty, Budiyanto, and Suhermin, *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif* (Bandung: Penerbit Media

Sains Indonesia, 2023)

- Fadilah, Sarah, Dhian Tyas Untari, and Andrian, 'Pengaruh Diskon, Desain Produk Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Di Marketplace Shopee (Survey Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)', *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2 (2024), 2496–2507
- Firmansyah, Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Sleman: Deepublish, 2018)
- Firmansyah, Kevin, Wukuf Dilvan Rafa, and Juanda Astarani, 'Meneksplorasi Mental Accounting Pada Pemenuhan Kebutuhan Dan Self Reward Mahasiswa Generasi Z', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 9 (2025), 1511–33
- Hajar, Siti, Lalu Edy, Herman Mulyono, and Handry Sudiarta Athar, 'The Influence of Shopaholic Behavior , Content Marketing , and Self Reward on Impulse Buying in E-Commerce Users Among Millennial Consumers in Indonesia', *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8 (2023)
- Hamzah Muchtar, Evan, 'Pendekatan Pendidikan Islam Dan Ekonomi Syariah Terhadap Fenomena Inner Child Dan Self-Reward', *Tarqiyatuna: Jurnal Pendidikan Agama Islam Dan Madrasah Ibtidaiyah*, 4 (2025), 50–60  
<<https://doi.org/10.36769/tarqiyatuna.v4i1.963>>
- Hidayah, Nurul, and Dwi Indah, 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2 (2023), 116–23  
<<https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.621>>
- Ichsannudin, *Analisis Gaya Hedonis Status Sosial Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Cita Merek* (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2021)
- Imansari, Nurulita, *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan* (Madiun: UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun, 2023)
- Indartini, Mintarti, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, Dan Uji Regresi Linear Berganda* (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2019)
- Indriyani, Frisca, and Trinah Asi Islami, 'Praktik Impulse Buying Terhadap Pembelian Fashion Melalui Shopee Oleh Generasi Z Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah', *Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3 (2025), 2291–2300
- Jeremiah, Adrian, and Arihta Tarigan, 'Pengaruh Promosi, Gamifikasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Aplikasi Shopee', *Jurnal Disgismantech*, 3 (2023), 48–65  
<<http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5216>>

- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)
- , *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)
- Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021)
- Muhammad, Supriyanto, Rosdiana, and Titiek Arafiani Ruray, 'Pengaruh Hedonic Shopping Value , Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Shopee (Study Kasus Pada Masyarakat Desa Kaiyasa)', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11 (2025), 430–48
- Nadhifah, Siti Nurun, and Ahmad Syakur, 'Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8 (2025), 557–68 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1928>>
- Nafilah, Jihan, Desy Safitri, and Sujarwo Sujarwo, 'Fenomena Self-Reward Dalam Budaya Konsumerisme Digital: Studi Literatur Tentang Tren Gen z Di Media Sosial', *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2 (2025), 2934–39 <<https://jicnusantara.com/index.php/jicn>>
- Paramida, Cici, 'Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Value, Location, Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Carrefour, Pontianak', *Bisma*, 8 (2023), 1195–1208
- Permadi, Indra, 'Keterlibatan Fesyen Dan Nilai Belanja Hedonis Sebagai Prediktor Pembelian Impulsif Studi Empiris Di Jawa Barat', *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1 (2025), 156–68
- Prasetijo, Ristiyanti, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005)
- Purnama, Mardiah, Mugiono Mugiono, and Ainur Rofiq, 'Utilitarian Shopping Value and Hedonic Shopping Value Influencing Repurchase Intention Mediated by Satisfaction', *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 5 (2024), 429–38 <<https://doi.org/10.59188/devotion.v5i4.704>>
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Gorontalo: CV. WADE GROUP, 2016)
- Putri, Intan Maulida, 'Pengaruh Budaya Self-Reward Dan Paparan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Gen Z Di Era Digital', *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2 (2025), 450–58
- Rahayu, Alya, Jurana Jurana, Andi Mattulada, and Rahma Masdar, 'The Influence of Self-Reward and Peer Support on Personal Financial Management of Generation Z with Financial Literacy as an Intervening Variable', *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4 (2025), 717–32

- Rahmatullah, Muhammad Irfan, Nofiawaty, and Lisnawaty, 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan Iklan Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7 (2025), 1491–1504 <<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.6721>>
- Rahmawaty, Anita, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Konsep, Teori, Dan Analisis* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021)
- Rohimah, Siti, Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung, and Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 'Pengaruh Impulsive Buying Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Dalam Perspektif Bisnis Islam Pengaruh Impulsive Buying Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen ', *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 5 (2024), 54
- Roliyanah, Tesalonika, 'Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja , Fear Of Missing Out , Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso Di Shopee ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya )', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2 (2024), 223–34
- Rora, Rora Dwi Herlina, and Dahliah Dahliah, 'Dampak Penggunaan Shopee Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Warga RT 01 RW 08 Kelurahan Jati Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo', *Medio Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2024), 99–112 <<https://doi.org/10.56013/mji.v2i2.3002>>
- Sahir, Syafrida Hanif, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021)
- Samsiyah Agustina, Rina, Azka Muhammad Mufti, Ima Rahmawati, and Irni Fahrani, 'Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam', *J-EBI Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 3 (2024), 52–60 <<https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3.i01.70>>
- Septiana, Widya, Ari Kuntardina, Eka Adiputra, Dina Alafi Hidayatin, Nur Hidayah, and Latifah Anom, 'The Influence of Hedonic Shopping Motivation and Fashion Involvement to Impulse Buying in E-Commerce', *Journal of Tourism Economics and Policy*, 4 (2024), 214–20
- Sihabudin, *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS* (Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada, 2021)
- Staton, William J, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994)
- Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2022)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013)

- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015)
- Suprihartini, Lia, *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (Padang: CV. Gita Lentera, 2024)
- Ubaedilah, Nofian, Puji Isyanto, and Asep Darojatul Romli, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Impulsif Pada Pengguna Tiktok Shop’, *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4 (2023), 46–56 <<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.875>>
- Vikaliana, Resista, *Ragam Penelitian Dengan SPSS* (Sukoharjo: Penerbit Tahta Media Grup, 2022)
- Wahyuningsari, Desy, Mohamad Rifqi Hamzah, Nabilatul Arofah, Lailatul Hilmiyah, and Innayatul Laili, ‘Maraknya Hedonisme Berkedok Self Reward’, *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2 (2022), 7–11 <<https://doi.org/10.52436/1.jishi.24>>
- Wati, Ai, and Sri Hayati Ningsih, ‘Analisis Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Paylater Pada Aplikasi Shopee’, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 2 (2023), 98–108 <<https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.434>>
- Wibowo, Agus, *Etika Bisnis* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2023)
- Widyastuti, Suciati Rahayu, *Bahan Ajar Statistika Inferensial (Jilid 1)* (Cirebon: UNU Cirebon Press, 2022)
- Zulfikar, Rizka, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode, Dan Praktik)* (Bandung: Widina Media Utama, 2024)
- Zusrony, Edwin, *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021)