

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Irawan. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, *Shopping Lifestyle* Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulsive buying* Pada Konsumen E-Commerce Tokopedia Indonesia (Studi Kasus Di Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 7 Nomor 5.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). *Impulsive buying* pada remaja akhir ditinjau dari *Self control*. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Afif, M., & Purwanto. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis , *Shopping Lifestyle* Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap *Impulsive buying* pada Konsumen Shopee ID Pertumbuhan Pengguna Internet. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2, 34–50.
- Agasi, M. D. R. & Aryani, D. N.,. (2024). PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, SHOPPING LIFESTYLE, E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILLENIAL DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI MODERASI. *Journal of Economic, Business and Accounting*. Vol. 7, No. 3.
- Ainiyah, Qurrotul. 2017. *Social Learning Teori* dan Perilaku Agresif Anak dalam Keluarga. *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*. Vol. 2, Nomor 1.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, Icek. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. New York. USA: Open University Press.
- Andryani & Arda. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Milenial. *Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 2614 - 6681.
- 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.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan *Influencer* Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media *Influencers* in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.192>

- Anwar, M., Irbayuni, S., Wikartika, I., & Pratikto, H. (2023). Behavioural Bias in Investment Decisions: Moderate Role of *Self-control*. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 9(1), 490–498. <https://doi.org/10.29210/020231726>
- Apidana, Y. H. & Kholifah. (2022). Peran *Self control* Dalam Memoderasi Pengaruh Hedonic Motives Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Impulse Buying. Journal Of Digital Business And Management. Vol. 01, No. 01.
- Ariani, Fika dan Sumaryono. 2008. “*Impulsive buying* Ditinjau dari *Self control* dan Jenis Kelamin Pada Remaja”. Jurnal Psikologi Proyeksi. Vol. 3 No. 1. hlm. 46-57. Diakses tanggal 15 Desember 2015
- Arif Nabil & Imsar. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, Norma Subjektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Su Medan Pengguna Eloktronicmoney Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi. Jurnal Darma Agung. 30 (1), 736-760
- Arif, M. (2021). Generasi millennial dalam internalisasi karakter Nusantara.
- Arisandy, D. & Hurriyati, D.,. (2017). Hubungan Antara *Self control* Dengan *Impulsive buying* Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. Unisba, Vol. 3, No. 1.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. Psychological Bulletin, 80, 286-303
- Ayuni, P. D., & Aulia, P. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Administrasi Manajemen. Vol. 12, No. 4.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, Dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020. Diakses pada 10 Mei 2024, dari <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action : A *Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs : Prentice Hall
- Bandura. (1989). Teori Kognitif Sosial. dalam R. Vasta (Ed.), Sejarah Perkembangan Anak. Vol 6. Enam Teori Pembangunan. Greenwich: JAI Tekan, Inc
- Baumeister, R. F. (2002). Purchasing, Impulsive Behavior, Consumer. Journal Of Consumer Research, 28(4), 670–676.
- Bomantara, D. R., Maharani, A., Mutiara, W., & Hijriah, A. (2023). Studi Fenomenologi: Analisis Pemahaman *Financial Literacy* Pada Mahasiswa FEB Dan Non FEB

- Universitas Tanjungpura. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 553-563.
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). *Self-control dan Impulsive buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.9100>
- Chusniasari, Prijati. 2015. "Pengaruh *Shopping Lifestyle* Fashion Involvement & Hedonic Shopping terhadap Impulse Buying Pelanggan". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol.4, No. 12, hal. 1-21
- Data Indonesia. (2022). Gen Z dan Milenial Banyak Beli Pakaian saat Belanja Online. Diakses pada 10 Mei 2024, dari <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/gen-z-dan-milenial-banyak-beli-pakaian-saat-belanja-online>
- Deviana, N. P., & Giantari, I. A. (2016). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Vol.5 No.8, 5264-5273. Online. (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/21507>). ISSN 2302-8912.
- Deviyanti, S. (2019). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar. 5.
- Dewi, L., G., K., dkk. 2021. PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*–Volume 5, Nomor 1, Maret 2021: 1 –19
- Diah, Pradiatiningtyas. (2019). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, *Shopping Lifestyle*, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* – Volume 11 No 2 – Mei 2019 DOI: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19994>
- Dwijayanti, R., & Uyuun, S. N.,. (2022). Pengaruh *Influencer* Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa FEB UNESA. *JURNAL JEMPPER*. Vol. 1, No. 2.
- Edelman. 2018. Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Media Sosial/Mesin Pencari dan Jurnalis (2012-2018). Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/> tanggal 20 April 2024 pukul 22.47 WIB
- Elliott, J. W., Thevenin, M. K., & Bigelow, B. F. (2017). Promoting CM Student Success: Establishing an Academic Performance Benchmark Given Construction-

- Education Self-Efficacy, Motivation and Planned Behavior. *International Journal of Construction Education and Research*, 13(4), 284–298. <https://doi.org/10.1080/15578771.2016.1249316>
- Elondri, Muchia Desda, M., & Sari Devi, A. (2023). PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PELANGGAN SHOPEE (Studi pada Mahasiswa ITS Khatulistiwa). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(1), 17–30. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>
- Goldfried, M. R. (2016). On possible consequences of National Institute of Mental Health funding for psychotherapy research and training. *Professional Psychology: Research and Practice*, 47(1), 77–83. <https://doi.org/10.1037/pro0000034>
- Han, H., Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management* 29: 659-668
- Haqiqi, A. F. Z., and T. K. Pertiwi. 2022. “Pengaruh Financial Technology, *Financial Literacy* Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Era Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa UPN ‘Veteran’ Jawa Timur.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 5 (2): 355–67. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2301>
- Hariyani, R. (2022). Urgensi *Financial Literacy* terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa di masa pandemi covid-19 di Indonesia. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 46-54.
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020). The Effect of Financial Technology, Demography, and *Financial Literacy* on Financial Management Behavior of the Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(01), 77–81. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33604>
- In'am, M.F., Suharyono., & Edy, Y. 2016. “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Impulsive buying* (Survei pada Pengunjung yang Melakukan *Impulsive buying* di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.36, No.1, hal. 92-100.
- Jain, R., & Roy, B. (2020). *Financial Literacy Among Working Women : Need of the Hour* (1st ed.). Nitya Publications.
- Karimah, N., & Nur, D. I. (2023). Dampak *Financial Literacy*, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Pada Guru Smp Negeri Di Kecamatan Kandat Kabupaten

- Kediri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1025–1033. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48203>
- Khairi, M., & Purwanto, B. (2023). *Pengaruh Financial Literacy, Shopping Lifestyle, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Wallet* (Doctoral dissertation, IPB University).
- Khairunnisa, I., & Heriyadi, H. (2023). Generasi Z, Pemasaran Sosial Media, dan Perilaku *Impulsive buyingnya* pada Produk Fashion. In *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)* (Vol. 6, No. 1, pp. 17-29).
- Kharchenko, Olga. (2011). *Financial Literacy in Ukraine : Determinants and Implication for Saving Behaviour*. Ukraine : Kyiv School of Economic
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education
- Lee, Y. C., & Wu, W. L. (2018). Factores en el acoso cibernético: El modelo de actitud-influencia social-eficacia. *Anales de Psicología*, 34(2), 324–331. <https://doi.org/10.6018/analesps.34.2.295411>
- Lestari, A., Rivanka, W., & Lestari, D. (2023). *Shopping Lifestyle Hedonis Dalam Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Usu)*. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 61-74.
- Lintner, G. (1998). Behavioral finance: Why investors make bad decisions. *Theplanner*, 13(1), 7-8.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). Faktor Penentu *Shopping Lifestyle* Halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Bypass*.
- Makarawung, F. C. F., Loindong, R. S. R., & Ogi, I. W. J. (2023). The Effect Of Ease Of Transaction, User Experience And *Influencer* Promotion On Impulse Purchases Of Virtual Products In Mobile Legends Game On Mobile Legends Players In Manado City. In *Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 4).
- Maulana, I., Merseyside, J., Manulang, B., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media *Influencer* Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 17, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mona Liska, P. Z., & Nur Utami, F. (2023). The Influence of *Shopping Lifestyle* and Discount Prices on *Impulsive buying* Through Tiktok Shop Media on Generation Z and Millennials in Jakarta. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>

- Muchnisa, F., & Sulaiman. 2020. Pengaruh *Impulsive buying* Terhadap Kecemasan Konsumen Yang Berdampak Pada Pembelian Kompulsif Dan Dimediasi Oleh Eskapisme (Studi Kasus Pada Matahari Departement Store Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 5, No. 1.
- Nafitri, S. D., & Wikartika, I. (2023). The Influence of Income, Lifestyle and *Financial Literacy* on Financial Behavior in Management Students of Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” East Java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 766–774. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nainggolan, Hermin. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, Kontrol diri, dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku Konsumtif Pekerja Produktif PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 5, No. 1.
- Nawawi, M. I.,. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran terhadap Motivasi Belajar: Tinjauan berdasarkan Karakter Generasi Z. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmu Pendidikan*. Vol. 4, No. 2.
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, *Financial Literacy*, and online *Impulsive buying*: a study on the post millennial generation in a pandemic period. *Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1-12.
- Nisa, K. dan Wijayani, Q. N. (2024) Peran *Influencer* Media Sosial dalam *Impulsive buying* dan Konsumsi Generasi Z. Studi Kasus Marketplace Shopee. *Harmoni : Jurnal Ilmu komunikasi dan Sosial*. Vol. 2, No. 1.
- Octaviana, A. R., Komariah, K., & Z, F. M. (2022). Analysis *Shopping Lifestyle*, Hedonic Shopping Motivation And Flash Sale On Online Impulse Buying. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(June), 1961–1970.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Diakses pada 10 Mei 2024, dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh *Self control* terhadap *Impulsive buying* belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1177–1187. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i7.372>
- Patty, S., Id, P. C., Wijono, S., Setiawan, A., Psikologi, F., Psikologi, S., Kristen, U., & Wacana, S. (2016). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya, *Self control*, Dan Jenis Kelamin Dengan Prestasi Belajar Siswa Di Sma Kristen Ypkpm Ambon.

- Pramatra, J. A. H. (2023). *Pengaruh Orientasi Belanja Dan Atribut Toko Terhadap Perilaku Impulsive buying* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan *Self control* Terhadap Perilaku *Impulsive buying* Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Udiskha*, 9(1).
- Purba, R. T. (2023). Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Estetika Terhadap *Impulsive buying* Pada Generasi Z Dengan Faktor Situasional Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Miniso (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Purnomo, B. B., & Ramadania. (2021). The effect of hedonic shopping value on the impulse buying of fashion products of generation Z. *Jurnal Of Reseach In Business. Economics and Management*, 16(1), 31–40
- Purwanto, E., & Anwar, M. (2022). Application of the edu finance model to improve financial literature in creative industry in Sidoarjo district. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(1), 57–69. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss1.art4>
- Putri, A. S., & Magistarina, E.,. (2023). Pengaruh Moderi *Self control* pada Electronic Word of Mouth (EWOM Media Sosial Tiktok Terhadap Impulse Buying Konsumen. *INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research*, Vol. 3, No. 5.
- Putri, I. R., & Tasman, A. (2019). Pengaruh *Financial Literacy* dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior pada Generasi Millennial Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 151–160.
- Ramadhan, G. R., Aryanda, H. Y., Retnoningsih, I., Azizah, I. N., Angelina, M. C., & Suhatmi, E. C. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, Behavior Finance, Dan Income Terhadap Keputusan Berinvestasi. *Seminar Nasional HUBISINTEK - Membangun Transformasi Bisnis Dan Adaptasi Teknologi Pasca Pandemi*, 2(1), 844–848.
- Rayya, A., Setiadji, A., Kusumaningtyas, S., & Juniarti, J. E. (2023). Persepsi Milenial terhadap Stereotipe Gen Z. *Prosiding Seminar Nasional*, 103–113.
- Ricciardi V., & Simon K., Helen. 2000. What is Behavioral Finance? *Business, Education and Technology Journal*. Vol 2, No 2, pp 1-9, fall 2000.
- Rosa, I., & Listiadi, A. (2020). Pengaruh *Financial Literacy*, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Teman Sebaya, dan *Self control* terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Journals of Economics and Business Mulawarman (JEBM)*, 12(2), 244–252.

- Rosidah, A., & Fiky Prakoso, A. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan *Self control* Terhadap *Impulsive buying* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275–287.
- Rosita, C. A., & Anwar, M. (2022). *Financial Literacy* On Saving Behavior Through Lifestyle (Study On Female Entrepreneurs In The Sepanjang Market Sidoarjo Regency). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3327–3336. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sabri, M.F. 2011, Pathways To Financial Success: Determinants Of *Financial Literacy* And Financial Well-Being Among Young Adults. Graduate Theses and Dissertations. Iowa State University
- Saputri, N. W., & Kusuma, M. (2020). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 240–249.
- Sari, Andini Kartika. 2018. Pengaruh Discount, Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. Makassar : UMS
- Sari, D. W. P., & Anwar, M. (2021). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Menabung Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa S1 FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(4), 81–92.
- Sari. (2021) Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 7, No. 1.
- Schunk, D. H., (2012). Teori Pembelajaran Perspektif Pendidikan (Terjemahan dari Learning Theoris An Educational Perpektif), Yogyakarta : Pustaka Pelajar, Edisi Keenam.
- Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, *Influencer*, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Shefrin, H., & Statman, M. (2000). Behavioral Portfolio Theory. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 35(2), 127–151. <https://doi.org/10.2307/2676187>
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: The Future Workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3, 1-5
- Sjahrudin, H., Nugroho, A. P., Litamahuputty, J. V., & Agustina, W. (2023). THEORY OF PLANED BEHAVIOR TERHADAP NIAT INVESTASI DENGAN *FINANCIAL*

- LITERACY* SEBAGAI MODERASI. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Sumarwan, U. (2018). Riset pemasaran dan konsumen seri 1. PT Penerbit IPB Press. Triana
- Ariska Wulandari, M. I. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Potongan Harga Terhadap *Impulsive buying* Produk Skincare. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 845
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). PENGARUH ONLINE SHOP, LINGKUNGAN TEMAN SEBAYA DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP PEMBELIAN IMPLUSIF MAHASISWA JURUSAN PIPS FKIP UNIVERSITAS JAMBI. 2(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1>
- Surbakti, M. K. R., Wijayanto, G., & Pailis, E. A. (2022). Pengaruh *Influencer*, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 2022.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Vahdat, A. et al. (2020) ‘acceptance model , social faktors and purchase intention’, *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, pp. 1–10. doi:10.1016/j.ausmj.2020.01.002.
- 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
- Waworuntu, E.C., Mandagi, D.W., & Pangemanan, A.S. (2022). ‘I See It, I Want It, I BuyIt’:Peran Social Media Marketing dalam Membentuk Brand Image dan Niat Beli Produk Lokal Gen Z. *Society*, 10(2), 361-379. <https://society.fisip.ubb.ac.id/index.php/society/article/view/463>
- Wikartika, I., & Nafitri, S. D. (2023). Pengaruh Pendapatan, *Shopping Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Keuangan pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Manajement Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4 (1). <https://doi.org/10.37385/msej.v4i2.1358>
- Winarta, H. A., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh *Financial Literacy* Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 1–20

- Wiryaningtyas, D. P. (2016). Behavioral Finance dalam Pengambilan Keputusan. *UNEJ E-Proceeding*, 339–344.
- Wulandari, D. R. (2023). Pengaruh *Financial Literacy* dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Sungai Putri (Doctoral dissertation, Manajemen).
- Yanuardianto, E. (2019) Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI).
- Yosefina Johan, M., Saragih, S., Aulia Ul Haque, S., & Psikologi, F. (2023). Kecenderungan *Impulsive buying* produk kecantikan: Bagaimana persepsi pengguna media sosial terhadap beauty *Influencer*? *INNER: Journal of Psychological Research*.
- Yuangga, K. D. (2023). *FINANCIAL LITERACY DALAM SHOPPING LIFESTYLE MAHASISWA*. Jurnal Astina Mandiri Vol 2, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.55903/juria.v2i1.49>
- Yuliana. (2004). Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control pada Intensi Pindah Kerja pada Pekerja Teknologi Informasi. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 6, 1-18.
- Yulinda, A.T., Rahmawati, R., Sahputra, H. (2022). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i>
- Yuniningsih, Y., Santoso, B., Mestika Sari, I., Auththor Firdausy, A., & Romadhon, I. C. (2022). *Financial Literacy* and Motivation to Stimulate Saving Behavior Intention in form of Bank Customer Deposits. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 05(11), 3334–3340. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i11-19>
- Zahra, DR, & Anoraga, P. (2021). Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Financial Literacy*, dan Sosial Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Asia*, 8(2), 1033-1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.103>
- Zarkasyi, M. I., & Purwanto, E. (2021). Pengaruh *Financial Literacy*, Financial Technology, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Guru Taman Kanak-Kanak. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 290–307. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>