

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, Baiq Fitri. 2021. *Literasi Finansial (Teori dan Implementasinya)*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Arnold, Mark J. dan Reynolds, Kristy E. 2003. “Hedonic Shopping Motivations”. *Journal of Retailing*, New York University: Elsevier Science. 0022-4359/03/\$.
- Arum, Lingga Sekar., Zahrani, Amira., dan Duha, Nickyta Arcindy. 2023. “Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi”. *Accounting Student Research Journal*. Vol. 2 No. 1. E-ISSN 2963-5632, Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Berita Resmi Statistik No. 15/02/Th. XXVI, Badan Pusat Statistik, Jakarta 6 Februari 2023.
- Faradisa, Isti., H., Leonardo Budi., Minarsih, Maria M. 2016. “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesia Coffeshop Semarang (Icos Cafe)”. *Journal of Management*. Vol. 2 No. 2. ISSN: 2502-7689. Semarang: Universitas Pandanaran.
- Fitri, Rahmi., dan Rusli, Devi. 2024. “Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Perilaku *Implusive Buying* pada Mahasiswa Pengguna Fitur *Online Live Streaming* Media Sosial”. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*. Vol. 7 No. 1. ISSN: 2599-2511.
- Gunadhi, N. 2012. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Impulse Buying* pada *Carrefour* di Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1 No. 4. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Indah, Djunita Permata, 2020. “Analisis *Fishbone Diagram* untuk Mengevaluasi Proses Bisnis Distribusi Air PDAM Stido Kasus pada PDAM Tirta Raya Kabupaten Kubu Raya”. *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*. Vol. 6 No. 1. Pematangsiantar: STIE Sultan Agung.
- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.

- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing*, edisi 12, jilid 1, terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Mada, Tira. dan Prabayanti, Herma Retno. 2024. "Pengaruh *Live Streaming Shopping* Oleh *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop". *Commercium*. Vol. 8 No. 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Malabay. 2016. "Pemanfaatan Diagram Fishbone untuk Mendukung Kebutuhan Proses Bisnis". *Jurnal Ilmu Komputer*. Vol. 1 No. 2. Universitas Esa Unggul Jakarta, hal. 2.
- Mindiasari, Irtiyah Izzaty. *et. al.* 2023. "Eksplorasi Pengaruh *Live Shopping* Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode *Systematic Literature Review*". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 7 No. 3. E-ISSN: 2548-964X. Universitas Brawijaya.
- Mustika, Wisaka. *et. al.* 2023. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk *Fashion Online* pada *Marketplace*". *Primanomics: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 21 No. 1. Jakarta Barat: Universitas Tarumanegara.
- Nagadeepa. Shirahati, Deepthi. N., Shuda. 2021. *Pembelian impulsif: Concepts, Frameworks and Consumer Insight*. Madurai-Tamil Nandu-India.
- Namira, Aurah Masyitha Ayu. 2021. *Evaluasi Pencapaian Target Produksi Tanah Penutup dengan Metode Diagram Fishbone di PIT A SITE B PT XYZ Provinsi Sumatera Selatan*. Skripsi. Program Studi Teknik Pertambangan Universitas Hasanuddin.
- Oktafiana, Selvy., dan Indriastuti, Herning. 2017. "Membangun Motivasi *Hedonic Shopping* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Matahari *Department Store* Mall Plaza Mulia Samarinda". *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, ISSN: 2579-8715.
- Putra, Yanuar Surya. 2016. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi". *Among Makarti*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE AMA Salatiga*. Vol. 9. No. 2.

- Rahima, Phyta. 2022. “Pengaruh Fitur Shopee *Pay Later* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram”, *TARGET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, ISSN: 2715-9361, Vol. 4 N0. 1.
- Restike, Karina Putri. *et. al.*, 2024. “Pengaruh Literasi Finansial, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee *Pay Later* Gen Z”. *Jurnal Akuntansi Bisnis*. Vol. 22 No. 1. E-ISSN 2541-5204. Universitas Soegijapranata.
- Rusni, Andi. dan Solihin, Ahmad. 2022. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga, dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara *Online* di Shopee”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 7 N0. 2. Universitas Teknologi Sumbawa. ISSN: 2528-2077.
- Sandra, Jelita Virliana., dan Anjaningrum, Widiya Dewi. 2021. “Pengaruh Suasana Toko dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif pada Matahari *Department Store* Pasar Besar Malang”. *JPRO*, Vol. 2 No. 2. E-ISSN: 2775-5967.
- Sari, Rahmatika. 2021. “Pengaruh Penggunaan *Pay Later* Terhadap Perilaku Pembelian impulsif Pengguna *E-commerce* di Indonesia”. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. Vol. 7 No.1. P-ISSN 2460-8211 E-ISSN 2684-706X.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2014. *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Suryanto dan Rasmini, Mas. 2018. “Analisis Literasi Keuangan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Survey Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandung)”. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Vol. 8 No. 2. Bandung; Universitas Padjadjaran.
- Tarantang, Jefry. *et. al.* 2019. “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia”. *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4 No. 1. ISSN 2599-0187, IAIN Palangka Raya.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Yusuf, Basyarahil Lutfi Aditiya. 2022. *Pengaruh Layanan Financial Technology Nerbasis Metode Pembayaran Pay Later Terhadap Perilaku Impulsive Buying*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/26/tingkat-literasi-keuangan-masyarakat-indonesia-masih-rendah>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/18/lampau-tiktok-shopee-jadi-sarana-live-shopping-favorit-di-asean>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>

<https://kbbi.web.id/hedonisme>

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230910143130-37-471096/anak-muda-terjerat-pay-later-makin-marak-ini-data-terbaru>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html>

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://etheses.uinsgd.ac.id/21382/4/4\\_BAB%2520I.pdf&ved=2ahUKEwi8uJyrov\\_iFAxUYR2wGHXiSBBkQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw0DFzSJzS-u4lUZRFfWTgyc](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://etheses.uinsgd.ac.id/21382/4/4_BAB%2520I.pdf&ved=2ahUKEwi8uJyrov_iFAxUYR2wGHXiSBBkQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw0DFzSJzS-u4lUZRFfWTgyc)

<https://www.idntimes.com/business/economy/vadhia-lidyana-1/5-alasan-gen-z-doyan-belanja-online-mana-yang-paling-relate>

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>

<https://www.liputan6.com/hot/read/4691939/15-pengertian-hedonisme-menurut-para-ahli-ini-penyebabnya?page=4>

<https://www.smkpgri1kudus.sch.id/>