

DAFTAR PUSTAKA

- Adeoye, M. A. (2023). ASEAN Journal for Science. *ASEAN Journal for Science Education*, 2(2), 87–94.
- Agustina, P., Sugiarto, A., Sugiarto, A., Program, M. S., & Info, A. (2025). *On Impulsive Buying on Shopee E-Commerce Among Students Of*. 1(3), 156–167.
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). *Volume 14 Issue 1 (2022) Pages 83-90 Jurnal Manajemen ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian*. 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>
- Alexandra, V., Castillo, S., Antonio, J., & Del, J. (2023). *Consumer Behavior and Factors that Influence Consumption and Customer Satisfaction*. 12(2), 820–831. <https://doi.org/10.18421/TEM122>
- Aluwi, F. E. (2023). *Hubungan Intensitas Mengakses E-Commerce dengan Perilaku Belanja Impulsif Secara Daring pada Dewasa Awal di Jakarta 1 Fakultas Psikologi , Universitas Kristen Krida Wacana Jakarta a faustina.502020044@civitas.ukrida.ac.id PENDAHULUAN Seiring dengan perkem*. 9(1).
- Amalia, R., & Rozza, S. (2022). *AAalisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2), 1680–1690.

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Andrian, S.E., M. M., Christophorus Indra Wahyu Putra S.E., M. S., Jumawan, S.E., M. M., & M. Fadhli Nursal, S.E., M. M. (2022). *No Title*. Rena Cipta Mandiri.
- Andriati, D. P., Yuliani, & Rendi, A. (2025). Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Pengaruhnya terhadap Impulse Buying di E-Commerce Shopee. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 9(07), 64–74.
- Arban, B. ; P. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Internet*. 2(1), 71–84.
- Arbyati, A. M., Apriliana, B. N., Putri, D. K., Aisyah, H. L., Putri, D. E., & Baskara, Z. W. B. (2025). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketergantungan Penggunaan ChatGPT pada Pengerjaan Tugas Mahasiswa Universitas Mataram. *Semeton Mathematics Journal*, 2.
- Argyanti, K., Novita, R. F., Pratama, R. P., Hayati, Z., & Purwoto, A. (2025). *Determinan Prevalensi Stunting di Indonesia Tahun 2023*. 2(3).
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 26320, 7, 26320–26332.
- Badri, J., Helendra, Indah, Z., JOhan, H., & Iljasmadi. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Transmart Padang. *Jurnal Minfo Polgan*, 12, 934–946.

- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas , Heterokedastisitas , dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(01), 1–11.
- Budiastuti, D., & Agustinus, B. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*.
- Cahyani, A. R., Andriana, M., & Sumarlin, T. (2025). Pengaruh Kemudahan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Shopee Di Kecamatan Banyumanik. 5(2), 109–120.
- Dewi, A. S., Nursanti, A., Marhadi, & Tarigan, M. A. (2023). *The Effect of Shopping Lifestyle and Fashion Involvement on Purchase Decision with Impulse Buying as an Intervening Variable In E-commerce Shopee*. 8(1), 49–68.
- Diksen, & Husda, N. E. (2024). The Influence of Product Knowledge, Product Variations, and Promotion on Purchasing Decisions at PT San Traco Adidaya Batam. *Dynamic Management Journal*, 8(2), 345–360.
- Dwi, J., Amory, S., Mudo, M., & Rhena, J. (2025). *Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet*. 14, 28–37.
- Elinda, A. M., & Hastuti, M. A. S. W. (2024). *Promosi Penjualan; Gaya Hidup; Pembelian Impulsif*. 5(3).

- Farida, A. N., & Susilawati, W. (2025). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation sebagai Variabel Intervening terhadap Impulsive Buying pada Generasi Z melalui Platform E-Commerce Shopee. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8, 2034–2047.
- Febrianti, A. R., & Setiawati, E. (2025). Determinasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 25(02), 1–9.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Friendly, W. (2025). Pengaruh Kualitas , Ketersediaan dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Sri Indah Mandiri Batam. 5(3), 1369–1382.
- Hafidz, G. P., & Tamzil, F. (2021). Faktor yang mempengaruhi impulse buying. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12(2), 125–135.
- Imilda, Rahmi Hajriyanti, R. Z. (2024). Pengaruh Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Online Produk Fashion melalui Siaran Langsung : Perbandingan antara Instagram dan TikTok Abstrak. 1(2), 1–15.
- Jois, S. M., Pawar, A. S., & Santhosh, M. (2024). Impulse Buying Behavior in E-Commerce : Factors Influencing Spontaneous Purchases in Online Retail Environments. 6(4), 1–17.

- K, C. Z., & Lestari, I. (2024). Pengaruh Product Knowledge dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui pada Marketplace Shopee (Studi pada Pelanggan Hanasui di Kelurahan Tanjung Rejo Medan)). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 527–536.
- Krisnawati, E., Artanti, K. D., & Umar, N. H. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dukungan Suami terhadap Hambatan Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang pada Multipara Akseptor Aktif di Surabaya. *Media Gizi Kesmas*, 659–664.
- Laina Pransiska, Wan Luara Hardilawati, Y. (2025). *Pengaruh persepsi harga, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian ulang pada brand jims honey di kota pekanbaru*. 4(1), 1564–1576.
- Laowo, U. G. D., Br.PA, L. S. I., Laia, G. P., Sihotang, I. N., & Nainggolan, I. D. (2023). Titian : Jurnal Ilmu Humaniora Gambaran Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKES Santa Elisabeth Medan Titian : Jurnal Ilmu Humaniora. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 07(01).
- Lasmita, L., & Muspawi, M. (2024). Literatur Review: Operasionalisasi Variabel dalam Penelitian Pendidikan: Teori dan Aplikasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 42925–42931.

- Lawrenz, A., & Bachtiar, H. (2022). *The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance : Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia*. 0–24.
- Lichtenstern, M. E., Anwar, S., & Siddiqi, H. (2024). Unraveling the Fallacy of Expertise : Exploring the Influence of Product-Related Experience on Consumer Perception of Product Knowledge. *Sustainability*.
- Mahendra, A. R., & Sriminarti, N. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 168–178.
<https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.6908>
- Manafe, L. A., Wibowo, B. S., & Nugroho, D. C. (2025). Jurnal Ilmu Manajemen (JIM). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 13, 23–38.
- Marbun, E., & Meutia, R. F. (2025). *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion di Shopee*. 4(3), 3164–3171.
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. 1(1).
- Meitrix Amelia Langie, E. S. Y. (2023). Impulsive Buying pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee. *Community Development Journal*, 4(3), 6508–6513.

- Mertaningrum, N. L. P. E., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). Perilaku Belanja Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 605–616.
- Morozova, N., & Vlaev, I. (2024). *The urge to splurge : Differentiating unplanned and impulse purchases*. 66(5), 519–542.
<https://doi.org/10.1177/14707853241229671>
- Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948.
- Nastiti, E., Damayanti, T., & Madina, S. A. (2023). Dampak Pelanggaran Asumsi Klasik terhadap Estimasi Model Ekonometrik *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 150–157.
- Natasya, Sulhaini, H. S., & Athar. (2023). *Fashion terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) di Taliwang* Natasya , Sulhaini , Handry Sudiarta Athar *This study aims to examine the Shopping Lifestyle and Fashion Involment variables on impulsive purchases at Distros*. 2(1).
- Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, M. S. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation , Shopping Lifestyle Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Denpasar. *JURNAL MANEKSI*, 13(1), 83–88.

- Nugroho, O., & Budiyanto, A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup dan Fashion Involvement terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Secondhand Kota Tangerang Selatan. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan Dan Sumber Daya Manusia*, 5(2), 364–376.
- Padmasari, D., & Widyastuti. (2022). Pengaruh fashion involvement, shopping lifestyle, dan sales promotion terhadap impulse buying pada pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 123–135.
- Pratama, M. R., & Nuvriasari, A. (2024). The Influence of Hedonic Shopping Motivation, Product Knowledge, and E-Wom on Impulsive Purchase of Eiger Products in the Shopee Marketplace. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 3(2), 797–810.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/eajmr>
- Putri, N., & Nurtjahjadi, E. (2025). *Shopping lifestyle on impulsive buying: buy now pay later (bnpl) as moderation variable gaya hidup belanja pada pembelian impulsif: buy now pay later (bnpl) sebagai variabel moderasi*. 8, 3286–3297.
- Rahmad Saputra, Bambang Suhada, F. (2025). *Pemanfaatan Platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur)*. 5(3), 662–678.
- Rahmah, K., & Satyaninggrat, L. M. W. (2023). The Effect of Consumer Characteristics and Lifestyle toward Purchase Decision. *Journal of Consumer Sciences*, 8, 395–413.

- Rahmawati;, S., Slamet, A., & Wijaya, I. P. E. (2023). Analysis Of The Influence Of Consumer Perceptions Regarding Price Fitness, Brand Image, And Product Quality On Purchase Decisions In Bandeng C73 Karawang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), 347–359.
- Ramadhani, F. Y., & Hapzi Ali. (2025). *Determinasi Keputusan Pembelian : Analisis Strategi Pemasaran , Perilaku Konsumen dan Teknologi*. 2(4), 145–155.
- Sakunab, W., Widodo, A. P., & Sudarsono, H. (2025). *Analisis Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Motivation Serta Pengaruhnya Terhadap Inflasi dan Impulsive Buying pada E-commerce Shopee*. 5(September).
- Sari, D. K. D. W., & Antara, M. E. Y. (2025). Fashion Involvement , Content Marketing , and Lifestyle in Impulse Buying. *TechnopreneurBiz: International Journal of Digital Business Evolution*, 1(1), 14–21.
- Sari, M. D. K., & Yasa, N. N. K. (2021). The Role of Hedonic Consumption Tendency Mediate the Effect of Fashion Involvement on Impulsive Buying. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 8(1), 70–82. <https://doi.org/10.37715/rme.v6i2.3157>
- Satria, E. (2024). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci)*. 17(2), 1638–1651.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4).
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

- Sundaris, A., Rahmalia, D., Azis, A., Mulaikha, S., & Selan, S. (2025). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan E-Wallet Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM “ Corndog Bunda” Di Jakarta Timur*. 10(2), 125–139.
<https://doi.org/10.35968/jbau>
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi , Sampel , dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12.
- Syah, S. R., & Marlina, N. (2024). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja terhadap Tingkat Laba pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk*. 1(2), 58–75.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Syarwani, C. M., Soegoto, A. S., Kawet, R. C., Marketing, P. D., Brand, L., Price, D. A. N., Terhadap, D., Syarwani, C. M., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2024). *Keputusan Pembelian di The Executive Manado Town Square The Influence Of Digital Marketing , Local Brand , And Price Discount Terhadap Purchase Decision At The Executive Manado Twon Square*. 13(1), 605–617.
- Torasila, W., Salju, & Pajarianto, H. (2025). Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kinerja Terhadap Kinerja Melalui Variabel Religiusitas PT Mandala Multifinance Palopo. *Edunomika*, 09(02), 1–13.
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>

- Undari Sulung, M. M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Vicky Dzaky Cahaya Putra, Ifan Wicaksana Siregar, K. H. (2024). Analisis Bibliometrik E-Commerce Dalam Bidang Akuntansi. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, 5.
- Wardani, R. U., Aqliya, J. S., Rasyida, A. M., Andni, R., & Candra, E. (2025). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Sepeda Listrik Merek U-Winfly di Kudus. *Jurnal Bisnis Net*, 1, 420–429.
- Wiana, D. C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kombi Cigombong Bogor. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v3i2.608>
- Winda Arum Pinasty, M. A. F. H. (2024). *Pengaruh Harga , Promosi , dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022*. 5(1), 9–19. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i1.7299>
- Yazid, M. S., & Siswanto, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan MS Glow di Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 2(November 2023), 1–11.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

- Zar, S. A., & Zarmaili. (2024). Iimpulsive Buying Belanja Secara Online pada Mahasiswa (Impulsive Buying Online Shopping to Students). *Khazanah Intelektual*, 8, 218–229.
- Zerimah Afgani Hasibuan, Sugianto, A. M. B. S. (2023). *Perubahan Gaya Hidup Pengguna e-commerce dalam Daya Beli Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen , Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. 2(1), 205–210.