

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W., Sudrajat, A., Faiza, S., & Ollianti, R. N. (2023). The Influence of Social Media on Teenagers' Lifestyles: Behavioral Analysis Among Adolescents in Bandung. *Journal on Education*, 05(03), 10356–10363.
- Adiningtyas, R. A., Sunaryanto, H., & Nopianti, H. (2019). Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) (Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.33369/jsn.4.1.1-9>
- Adnan, A., Uddin, S. M. F., & Mohd, M. (2022). Developing a new lifestyle instrument: an analytic hierarchy process-based approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 27(1), 1–21. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2022.120407>
- Afkar, M. A., & Yusmaneli. (2023). Model Bisnis TikTok Shop dan Implikasinya terhadap Ekonomi Digital di Indonesia. *Journal of Law and Economics*, 2(1), 41–51. <https://doi.org/10.56347/jle.v2i1.180>
- Ahdiat, A. (2024). *TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunanya*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>
- AMZScout. (2025). *16 Statistik dan Wawasan Belanja TikTok yang Wajib Diketahui di Tahun 2025*. AMZScout. <https://amzscout.net/blog/tiktok-shop-statistics/>
- Angelina, L., & Astuti, R. D. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss1.art11>
- Anggarasari, R. E. (1997). Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga. *Psikologika*, 2(4).

- Anggraini, R. T., & Fauzan, H. S. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychologi*, 3(3), 131–140.
- Apriliani, W. A., Riva, Z., Nabila, K., Dafha, P., Khansa, A. S., Bagas, P. D., & Rama, W. A. R. (2024). Dinamika Belanja Online: Analisis Kondisi Ekonomi Pengguna TikTok Shop. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 58–71. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.537>
- Arnolia, N. P., & Naryoso, A. (n.d.). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Internet dan Besaran Uang Saku Anak terhadap Kualitas Komunikasi Keluarga*. <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-commerce* Shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9).
- Athalla, B. A., Nabila, H. T. A., Samudra, E. G., Rizal, M. S., & Aulia, V. R. (2025). Mengungkap Kecenderungan Belanja Impulsif di TikTok Shop: Sinergi Antara Frekuensi Menonton dan Emosi Antisipatif dalam Konteks Promo Terbatas. *Jurnal Profesi Insinyur*, 6(1). <https://doi.org/10.23960/jpi.v6n1.169>
- Barcelona, A. B., Angeles, R. J. G., Clemente, C. A., Dela Cruz, S. R. B., Malimban, R. L. O., Santos, J. E. G., & Tan, J. C. D. (2022). #Budolfinds: The Role of TikTok's Shopee Finds' Videos in the Impulsive Buying Behavior of Generation Z Consumers. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(11), 2316–2328. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.03.11.18>
- BPS. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Cabansag, R. A., Mae Caballero, E. N., Librado, C. R., Rose Mabalato, A. A., Santillan, R. A., Sigue, E.-E. A., Jean Gacang, N. M., Adorable, C. A., Marie Botanas, S. D., Alqueza, J. M., & Perrater, R. B. (2024). A Comparative Analysis on Impulse Buying among TikTok Shop, Lazada, and Shopee. *International Journal of Open-Access, Interdisciplinary & New Educational*

Discoveries of ETCOR Educational Research Center (IJOINED ETCOR), IV(1).

Charle. (2025). *Top 23 TikTok Statistics & Facts you need to know in 2025!* Charle Agency. <https://www.charle.co.uk/articles/tiktok-statistics/#globalstats>

Datanesia. (2022). *10 Wilayah E-commerce Terbesar di Indonesia.* <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>

Deviyanti, N., & Jannah, M. (2022). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Atlet Mahasiswa. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3).

Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1).

Dolonseda, H. P., Taroreh, J., & Arsana, I. K. S. (2024). Analyzing Students' Consumptive Behavior: The Impact of Parental Socio-Cultural and Economic Factors. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 14(2), 193. <https://doi.org/10.24036/011315520>

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2024). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* PT Gramedia Pustaka Utama.

Dutta, T., & Mandal, M. K. (2018). *Neuromarketing in India: Understanding the Indian.* Routledge Focus on Management and Society. www.routledge.com/

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2006). *Consumer Behavior* (10 Edition). Thomson South-Western.

Erika, N. M., & Argasiam, B. (2023). Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Putri di SMP Nasima Semarang Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis. *Jurnal IMAGE Universitas AKI Semarang*, 03(2), 37–52.

Faiko, E., Fitri, A., & Hernidatiatin, L. F. (2025). The Influence of Social Commerce and Influencers on Purchase Intention at TikTokShop in Cirebon

- City. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 16(2), 567–582.
<https://doi.org/10.32832/jm-uika.v16i2.19409>
- Fatimah, S. N., & Fathihani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z pada Cashless Society. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i6>
- Fauziah, L. (2022). Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 7.
- Febriandika, N. R., Utami, A. P., & Millatina, A. N. (2023). Online impulse buying on TikTok platform: Evidence from Indonesia. *Innovative Marketing*, 19(3), 197–210. [https://doi.org/10.21511/im.19\(3\).2023.17](https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.17)
- Fromm, E. (2017). *The Sane Society*. Routledge Classics.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat (edisi ke-10)* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginee. (2021). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar*. Ginee. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I. H. (2023). The Influence of Social Influence and Peer Influence on Intention to Purchase in E-commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 07, 1.
- Hamonangan, Y., & Sutejo, B. (2023). The Impact of Price Discounts and Viral Marketing on Purchase Intentions in TikTok E-commerce. *Proceeding of International Bussiness and Economic Conference*, 2(1), 178–187.
<http://conference.eka-prasetya.ac.id/index.php/ibec>
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Ketergantungan Internet di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2).
- Hayani, N. (2018). Hubungan Tingkat Pemahan Agama Dengan Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga di Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal*, 7(2).

- Helmi, A., Suherman, Y., & Zusnita, W. O. (2025). Online Shopping Styles of Millenials and Generation Z: Evidence from Indonesia. *Innovative Marketing*, 21(2), 134–145. [https://doi.org/10.21511/im.21\(2\).2025.11](https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.11)
- Hindratno, Jaldi., Sahay, M., & Manurung, Y. (2021). Pengaruh Budaya, Persepsi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisinoal di UKM Pasar Kahayan Palangka Raya. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(1).
- Hummaira, B. K., & Arviani, H. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perempuan di Kota Surabaya Pengguna Konten Tiktok #Outfitideas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, VII(2).
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi Kelima). Erlangga.
- Iin, D. H., & Indrawati, A. (2021). Pengaruh celebrity worship, gaya hidup hedonis, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif merchandise band day6 pada online shop Uriharu Id. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(5), 452–469. <https://doi.org/10.17977/um066v1i52021p452-469>
- Irlianti, M., Razkia, D., & Safitri, A. (2023). Pengaruh Media Sosial (Tik Tok Shop) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Kerja (Martalia Irlianti). *IJPS: Indonesia Journal of Psychological Studies*, 1(1).
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- Jannah, I., Rizaq, A. D. B. El, & Rahman, M. H. (2025). Pengaruh Penggunaan TikTok Shop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Usia Sekolah di Era Digital. *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 617–630. <https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19169>
- Kadir. (2017). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Rajawali Pers.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Perdagangan Digital (E-commerce) Indonesia Periode 2023*.
- Kemp, S. (2025). *Tiktok Users, Stats, Data & Trends For 2025*. Data Reportal. <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- Kotler, P., & Amstrong, A. (2018). *Principle Of Marketing* (Seventeenth Edition). Global Edition.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kurniawan, F., & Hasibuan, I. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Usia 15-18 Tahun Di Lingkungan II Kelurahan Dwikora Helvetia. In *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* (Vol. 5, Issue 2). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JLC>
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 7(2).
- Kusnandar, L. D., Kurniawan, D., & Sahroni, N. (2022). Pengaruh Mental Accounting dan Literasi Keuangan Pada Generasi Z Terhadap Financial Behaviour Pada Masa Pandemi Covid 19 dengan dimediasi Gaya Hidup. *Valid Jurnal Ilmiah*, 19(2), 97–106.
- Kusuma, F. A. (2018). Peran Sosial Media dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Remaja Perempuan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2).
- Lee, S. H., & Workman, J. E. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1(1). <https://doi.org/10.1186/s40852-015-0004-x>
- Lemeshow, S., & Lwanga, S. K. (1991). Sample Size Determination in Health Studies. *World Health Organization Geneva*.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>

- Lestari, N. T., & Faizin, M. (2022). Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim di Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 229–244.
- Lim, Y. M., Park, K. H., & Park, J. H. (2023). Development of Lifestyle Evaluation Tools Based on the Values of the Elderly: A Delphi Study. *SAGE Open*, 13(3). <https://doi.org/10.1177/21582440231194802>
- Lina, & Rosyid, H. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Lotus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, II(4).
- Liu, H., De Costa, M. F. S. D. C. B. M. F., Yasin, M. A. Imran Bin, & Ruan, Q. (2025). A study on how social media influences on impulsive buying. *Expert Systems*, 42(1). <https://doi.org/10.1111/exsy.13448>
- Mahendra, R. A., & Hanifa, N. (2023). Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Bisnis Universitas Negeri Surabaya. INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 3(1), 117–126. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent>
- Marklen, D. R., Tan, P. L., & Hassim, N. (2025). Instagram Influencers' Source Credibility on Gadget Product Purchase Intention Among Indonesian Generation Z: The Mediating Role of Parasocial Interaction. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 41(1), 125–145. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2025-4101-08>
- Masri, N. K. A., & Rezi, M. (2019). Hubungan antara Komunikasi Kelompok Teman Sebaya dan Perilaku Belanja Online dengan Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja Usia 15-18 Tahun di Kota Jakarta. *E-Proceeding of Management*, 6(1).
- Maunah, B. (2015). Stratifikasi Sosial dan Perjuangan Kelas Dalam Perspektif Sosiologi Pendidikan. *Ta'allum*, 03(01).

- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulagi Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying dalam Online Shopping. *Kajian Terhadap Kompetensi*, 10(1).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mukuan, D. D. S., Tendean, V. S., & Tampi, J. R. E. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square*. 4(1).
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 4(1).
- Nazar, R. M., Timotius Oloando, A., Putri, M. A., Berri, C., & Tazkia, M. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap *E-commerce*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).
- Novian, K. A., Budiarto, Y., & Kunci, K. (2023). Identifikasi Impulsive Buying di Media Sosial Berdasarkan Konstruk ABC. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 06, 2025.
- Novita, R. D., Ghufonudin, & Purwanto, D. (2023). Characteristics of Impulsive Buying Behavior in Young Women in Simo District, Boyolali. *Jurnal Imiah Psikologi*, 11(2), 261–270. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i2>
- Paujiah, & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Sikontan Jurnal: Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 2(2). <https://doi.org/10.47353/sikontan.v2i2.1307>
- Permanasari, R., Puspitasari, W., Novasari, L., & Semarang, U. (2024). The Effect of Using Social Media Tiktok Shop on Residents' Attitudes and Consumptive Behavior (Case Study on Tambora IV Residents of Semarang City). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy* (Ninth Edition). McGraw-Hill Irwin.
- Petrushihina, E. B., Solodnikov, V. V., Solodnikova*, I. V., & Solodnikova, N. V. (2019). Consumer Behavior Of Teenagers In Different Age Groups. *The European Precessdings of Sosial & Behavioural Sciences*, 499–506. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.07.65>
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. In *Source: Journal of Marketing* (Vol. 38, Issue 1).
- Purawigena, R. Y. (2019). *Pengaruh Harga, Brand Image, dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di SMA Swasta Kota Bandung*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Purboningsih, E. R., Massar, K., Hinduan, Z. R., Agustiani, H., Ruiter, R. A. C., & Verduyn, P. (2023). Perception and use of social media by Indonesian adolescents and parents: A qualitative study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.985112>
- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(6), 118–129. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361>
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4).
- Rahardjo, W., Pranandari, K., Putri, D. E., Qomariyah, N., Rini, Q. K., & Andriani, I. (2022). Shopping to Release Stress? Understanding The Role of Coping Stress and Gender on Online Shopping Behavior in College Students During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan Tahun*, 14(1), 114–123.

- Rahmah, K., & Satyaninggrat, L. M. W. (2023). The The Effect of Consumer Characteristics and Lifestyle toward Purchase Decision. *Journal of Consumer Sciences*, 8(3), 395–413. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.3.395-413>
- Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020). Relationship between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents. *Humaniora*, 11(3), 177–182. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v11i3.6567>
- Romdhon, M. M., Nusril, & Agustin, D. (2022). Studi Penggunaan Internet Remaja Desa di Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Ilmiah Management Agribisnis*, 3(2).
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Research*, 22.
- Rosifah, M., Indarti, N., & Sangadji, E. M. (2024). Pengaruh E-commerce Tiktok dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas PGRI Wiranegara. 8(7). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Silvya, R. M., Sandri, R., & Sera, D. C. (2023). Perilaku Konsumtif pada Remaja Pengguna Tiktok Shop ditinjau dari Kelekatan Teman Sebaya. *Seminar Nasional Sistem Informasi*.
- Sinaga, M. U. I. S., Rahayu, W. P., & Latifa, Y. K. (2020). Preferensi Siswa Sekolah Menengah Atas terhadap Pencarian Informasi Keamanan Pangan Jajanan Anak Sekolah di Jakarta Preferences of High School Students to Search School Snack Food Safety Information in Jakarta. *Jurnal Mutu Pangan*, 7(1), 14–20. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2020.7.1.14>
- Sjahbuana, C. (2014). *Konsumerisme*. Prezi. <https://prezi.com/f9-5ibxd8pdu/konsumerisme/>

- Solomon, M. R., & Russell, C. Antonia. (2024). *Consumer behavior : buying, having and being* (Fourteenth Edition). Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedua). Alfabeta.
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Refrensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang). *Transformatif*, X(1).
- Tarigan, D. I. M. (2015). Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado. *E-Journal "Acta Diurna,"* IV(4).
- Thaichon, P. (2017). Consumer socialization process: The role of age in children's online shopping behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.007>
- Tusaanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 632–639. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMMEKONOMI>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Violita, M. D. (2023). *Konsumerisme Masyarakat Urban: Konsep, Sejarah, dan Pengaruhnya terhadap Pola Gaya Hidup (Kajian Kritis Etika Deontologi Immanuel Kant)*. Nilacakra.
- Wardani, A., Brahmana, E. C. P., Athirah, F., & Putri, F. Y. (2025). Pengaruh Tiktok terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kecantikan dan Skincare "Somethinc" Secara Online. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 3(2), 01–12. <https://doi.org/10.54066/jikma.v3i2.3153>
- Watung, S. R. (2022). *Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. CV. Bintang Semesta Media.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*.
www.publisher.alungcipta.com

Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186.

Yusra, Y. (2022). *Laporan Populix: 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial*. [https://cms.dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial/#:~:text=Selebihnya%20melihat%20social%20commerce%20adalah,dan%20Instagram%20Shop%20\(10%25\)](https://cms.dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial/#:~:text=Selebihnya%20melihat%20social%20commerce%20adalah,dan%20Instagram%20Shop%20(10%25).).

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.

Zahrawati, F., & Faraz, N. J. (2017). Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 4(2).

Intelligentia - Dignitas