

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, N. T., Yuliana, I., Anggriani, R., & Jatmiko, L. (2025). *Impulse buying pada pengguna Shopee Gen Z: Gaya hidup, fitur paylater dan word of mouth*.
- Arnold, M.K., & Reynolds, K. E. (2003). *Hedonic shopping motivations*. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Beatty, S. E., & Ferrel, M. E. (1998). *Impulse buying: Modeling its precursors*, *Journal of Retailing*, 74(2), 161-167
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan sistem pembayaran dan pengelolaan uang rupiah 2023*. Bank Indonesia.
- BPS. (2023). *Jumlah penduduk generasi Z di Kota Semarang*. Badan Pusat Statistik.
- Business Indonesia. (2023). *Pangsa pasar e-commerce Indonesia 2023*. Business Indonesia.
- Creswell, J. W. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Databoks. (2024). *5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak di tahun 2024*, Katadata.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deloitte. (2020). *The Deloitte global millennial survey 2020*. Deloitte Insights.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Gunadhi, N. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada Carrefour di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(4).
- Hana, S., Wellin, I., & S.B., J. (2025). *The Influence of e-WOM and hedonic shopping motivation on impulse buying*.
- Hasibuan, L., Siregar, W., & Harahap, A. (2023). *Shopee Pay Later user perceptions of impulse buying behavior*.
- Hernita, N., Istiono, D., & Z Nur, L. (2022). *Budaya hedonic shopping motivation and sales promotion terhadap impulse buying pengguna e-commerce shopee*. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2), 194-210

- Jakpat. (2025). *Laporan perilaku belanja generasi Z di Indonesia 2025*. Jakpat.
- Katadata Insight Center & Kredivo. (2023). *Laporan perilaku konsumen e-commerce Indonesia 2023: Pemulihan ekonomi dan tren belanja pascapandemi*. Kredivo.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kredivo & Katadata Insight Center. (2022). *Laporan perilaku konsumen e-commerce Indonesia 2022*. Kredivo.
- Kredivo. (2023). *Laporan perilaku konsumen e-commerce Indonesia 2023*. Kredivo.
- Kredivo. (2024). *Laporan perilaku pengguna PayLater Indonesia 2024*. Kredivo.
- Lestari, S. K. B., Ernawati, M. T., & Pranatasari, F.D. (2023). Pengaruh *hedonic shopping motivation, shopping lifestyle* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada e-commerce Shopee. *Business Management Journal* 19(2).
- Laudon, K.C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce: Business, technology, society* (10th ed.). Pearson. ISBN: 9780133024449.
- Mandiri Institute. (2023). *Laporan e-commerce Indonesia 2023*. Bank Mandiri,
- Meta & Bain and Company. (2023). *SYNC Southeast Asia 2023: Bold moves Leading Southeast Asia's next wave of consumer growth*. Bain & Company.
- Mutia, I., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh fashion influencer TikTok dan pembayaran paylater terhadap impulsivitas konsumtif di kalangan generasi Z: Studi kasus mahasiswa prodi akuntansi Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 5(1)
- Nikmah, A., & iriani, S. S. (2023). Pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan Shopee paylater terhadap perilaku *impulse buying*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 8-21.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2022.aspx>
- PDSI Kementerian Perdagangan. (2025). *Proyeksi jumlah pengguna e-commerce Indonesia 2020-2025*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

- Pertiwi, D., & Wibowo, B. S. (2022). Analisis perilaku *online impulsive buying*: *Shopping lifestyle, sales promotion, hedonic shopping motivation* dan *paylater*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), 115-123.
- Ramadani, R. (2025). Pengaruh fitur *paylater*, potongan harga dan gratis ongkir terhadap pembelian impulsif.
- Radial. (2024). *Gen Z and Millennial Shopping Trends in 2024*. Radial
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199.
- Sari, M., Widodo, A., & Yunita, F. (2024). Shopping lifestyle, live shopping activity, dan hedonic enjoyment pada Gen Z Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 26641–26650.
- Sari, R. (2021). Pengaruh penggunaan *paylater* terhadap perilaku *impulse buying* pengguna *e-commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44-57.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall. ISBN: 9780131869608
- Sea Limited. (2023). *Sea Limited annual Report 2023*. Sea Limited.
- Shopee. (2024). *Layanan Shopee*. Shopee Indonesia.
- Sofyanto, K., Transistari, R., & Rafinda, A. (2025). Apa yang memicu pembelian impulsif di Shopee? Studi pada generasi Z di Yogyakarta. *Cakrawanga Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1), 103-118.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. ISBN: 979-8433-64-0
- Sularko, H., Walujo, P., & Mihardja, D. K. (2008). *How do they think?* Mosher.
- Syendi, & Zaini. (2024). The impact of hedonic shopping motivation on impulse buying decisions.
- To, P. L., Liao, C., & Lin, T. H. (2007). Shopping motivations on the internet: A study based on utilitarian and hedonic value. *Technovation*, 27(12), 774–787. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2007.01.001>
- Utama, N. F., Santosa, N. S., Honesta, J., Sonbai, J. S. Y., Koesnadi, V. L., Jonathan E., Marcia, F. A., & Ningsih, R. Y. (2024). Pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku *impulsive buying* pada generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3).

- Utami, C. W. (2010). *iManajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wahyuni, S., & Sarah, S. (2025). Pengaruh *shopping lifestyle*, *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada pengguna *Shopee Payaler*.
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja: Konsep, desain dan teknik meningkatkan daya saing perusahaan*. Erlangga
- Woolard, C. (2021). *The Woolard Review: A review of change and innovation in the unsecured credit market*. Financial Conduct Authority. <https://www.fca.org.uk/publication/corporate/woolard-review-report.pdf>