

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, H. (2025). Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying: Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce. *SENTRALISASI*.
- Agatha Lidya Lianto, M. K. (2024). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive buying dengan Self-control sebagai Moderator pada Dewasa Awal. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS - VOL. 22. NO. 1* .
- Akhwanul Akhmal, L. M. (2024). MODEL PERILAKU PENGGUNA APLIKASI QRIS DAN HUBUNGANNYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING. *JURNAL LENTERA BISNIS*.
- Akhwanul Akhmal, M. L. (2024). MODEL PERILAKU PENGGUNA APLIKASI QRIS DAN HUBUNGANNYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING . *JURNAL LENTERA BISNIS* .
- Apidana Y, K. (2022). PERAN SELF CONTROL DALAM MEMODERASI. *Journal of Digital Bussiness and Management*.
- Ayang Paradila, A. Y. (2024). THE ROLE OF MATERIALISM BETWEEN SOCIAL COMPARISON & IMPULSE BUYING Peran Materialism Diantara Social Comparison & Impulse Buying. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan, dan Humaniora*.
- Beata Seinaskiene, J. M. (2016). Materialism as the mediator of the association between subjective well-being and impulsive buying tendency. *Engineering Economics*.
- Chen S, Z. K. (2022). How active and passive social media use affects impulse buying in Chinese college students? The roles of emotional responses, gender, materialism and self-control. *Frontiers in Psychology*.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 3rd edition*. SAGE.
- Desi Nuraprianti, A. K. (2019). PENGARUH ETIKA UANG (MONEY ETHICS) TERHADAP KECURANGAN PAJAK (TAX EVASION) DENGAN RELIGIUSITAS INTRINSIK DAN MATERIALISME SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *FAIRVALUE: JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN* .

- Dewi N, S. P. (2025). The Instant Gratification Trap: How QRIS Fuels Consumptive Behavior in Surabaya's Young Consumers. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*.
- Dorris Yadewani, M. L. (2020). PENGARUH PEMANFAATAN PLATFORM SOSIAL MEDIA PADA ERA DIGITAL TERHADAP PRESTASI MAHASISWA INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA PLATFORM UTILIZATION IN DIGITAL DISRUPTIVE ERA ON STUDENT ACHIEVEMENTS. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Halim M, A. S. (2023). THE EFFECT OF QRIS EFFECTIVENESS ON GENERATION Z CONSUMERS BUYING INTEREST. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*.
- Indriyani, T. N. (2025). PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. Purwokerto: UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Irene Deborah, Y. M. (2022). Social media and impulse buying behavior: The role of hedonic shopping motivation and shopping orientation. *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Ismail Yaprak, S. C. (2023). The Mediating Role of Hedonic Buying Behavior in the Effect of. *EGE ACADEMIC REVIEW*.
- Jasmine, K. C. (2025). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED SECURITY TERHADAP CASHLESS SOCIETY (QRIS) GENERASI Z DENGAN IMPULSIVE BUYING SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang). Malang.
- Joseph F Hair, W. C. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. Annabel Ainscow CENGAGE.
- Joseph F. Hair, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning, EMEA.
- Keyla Citra Salsabila, W. H. (2026). Pengaruh Transaksi Digital dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*.
- Lailla Anggriani, N. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan Quick

Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Transaksi Keuangan. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*.

Latief, F. (2025). Peningkatan Impulse Buying Pengguna E-Commerce melalui Diskon Live Streaming Shopping Lifestyle dan Kemudahan Transaksi. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*.

Li-tze Hu, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*.

Lyu L, Z. L. (2023). Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Impulse Buying Intention: Exploring the Moderating Influence of Social Media Advertising. *Sustainability (Switzerland)*.

Mariana R, W. R. (2025). Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Psyche 165 Journal*.

Mukhtar K, R. M. (2021). INFLUENCE OF MATERIALISM ON IMPULSE BUYING: MODERATED MEDIATION MODEL INFLUENCE OF MATERIALISM ON IMPULSE BUYING: MODERATED MEDIATION MODEL. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*.

Nyoman Budiarta, K. E. (2025). Digital Payment Experience: Pengaruh Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan QRIS Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Page :398-407.

Omid Tajik, J. G. (2024). Puposive Sampling. *IJELS*.

Prawitasari D, D. B. (2024). QRIS IN INDONESIA: A COMPREHENSIVE LITERATURE REVIEW ON ADOPTION, CHALLENGES, AND OPPORTUNITIES. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*.

Reni Suci Wahyuni, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akutansi*.

Ritma Pritazahara, U. S. (2015). PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN PENGALAMAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PERENCANAAN INVESTASI DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.

- Rustandi Kartawinata B, A. A. (2025). Analyzing the use of quick response (QR) payment: Impulsive purchase as a behavioral finance effect. *Journal of Innovation in Business and Economics*.
- Sidiq Ichlasul Budiharjo, S. A. (2025). *Dampak Stres Finansial, Kecemasan, Dukungan Sosial, dan Gaya Hidup terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*. UMS Repository.
- Singh P, S. B. (2023). Measuring social media impact on Impulse Buying Behavior. *Cogent Business and Management*.
- Siti Maria, T. P. (2019). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING, WORD OF MOUTH, AND EFFECTIVENESS OF ADVERTISING ON BRAND AWARENESS AND INTENTION TO BUY. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Subambang Harsono, B. I. (2025). *PENDEKATAN STRUCTURAL EQUATION MODELING UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: TEORI, METODOLOGI DAN APLIKASI*. Bandung: WIDINA.
- Syauqi, H. (2026). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN PROMO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Purwokerto)*. Purwokerto: UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Yahfi M, M. S. (2025). PAIN OF PAYING AS MEDIATION: AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF DIGITAL PAYMENTS AND FINANCIAL LITERACY ON STUDENTS' IMPULSE BUYING BEHAVIOR. *JIMMU (Jurnal Ilmu Manajemen)*.
- Yam J, T. K. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*.