

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyani, O. R., Program, A. I., Management, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Ykp, ", & Yogyakarta, ". (2020). *Analisa Pengaruh Iklan, Cashback Dan User Friendly Terhadap Impulsive Buying Konsumen Dompok Elektronik OVO Di Surakarta* (Vol. 5). www.jurnal.id/id/blog,
- Agustin, I. D., & Abidin, A. I. N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 1–14. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4>
- Aisyah, S., Harahap, M. I., Nurbaiti, N., & Rokan, M. K. (2023). The Factors Influencing Behavioural Intention Fintech Lending (Paylater) Among Generation Z Indonesian Muslims and Islamic Consumption Ethics Views. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 7(1), 01. <https://doi.org/10.30983/es.v7i1.6233>
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. In *detikinet*.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (indikator e-wallet). *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Ayu, D., Dezianti, N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Journal Psychology of Science and Profession*, 5(2), 151–158.
- Azalika, O. E., Iqbal, M., Susanti, Y., Syariah, M. B., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Raden, N., Lampung Email, I., Id, I. A., & Id, Y. A. (2025). Pengaruh Fomo Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-commerce Tiktok Dengan Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi

- Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Tiktok di Bandar Lampung). *Maret*, 4(5).
- Aziz, I. A., Nurwahidin, ;, & Chailis, ; I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online Factors Affecting Society Channeling Donations Through Online-Based Crowdfunding Plaforms*. 5.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024, February 28). *Ekonomi Semarang Tahun 2023*. Badan Pusat Statistik Kota Semarang.
- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31–59. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Bank Indonesia. (2014). *Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)*. Bank Indonesia.
- Byrne, D., & Baron, R. A. (2003). Psikologi sosial. *Jakarta: Erlangga*.
- Cahyoseputro, W., & Rizki, M. P. (2024). *Pengaruh Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milennial di Kota Bandung*. 8.
- Chakraborty, S., & Soodan, V. (2019). Examining Utilitarian and Hedonic Motivations in Online Shopping in India: Moderating Effect of Product Browsing Behavior. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, Volume-8(1C2), 117–125.
- Damayanti, R. S., Sovitriana, R., Nilawati, E., & Widyayani, F. A. (2018). *Konformitas Dan Kematangan Emosi Dengan Perilaku Agresi Siswa SMK di Jakarta Timur*.
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. In *Journal of Social Science Studies* (Vol. 1, Issue 1).
- Deky, N., Sari, Y., Dewi Hartika, L., Septiarly, Y. L., Program, S., Psikologi, U., & Dhyana, P. (2023). Hubungan Social Comparison dengan Kecenderungan Menggunakan Eyelash Extension Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi MANDALA 2023*, 7(1), 2580–4065.
- Dwiantari, S., Permanasari, R., & Puspitasari, W. (2022). *Penggunaan Aplikasi E-wallet Sebagai Sarana Pembayaran Transaksi Bisnis Kuliner Pada Masa PPKM Kota Semarang*. 14. <https://doi.org/10.33747>
- Fatmasari, D., Syakir Kurnia, A., & amin, R. (2019). *Use of E-Money and Debit Cards in Student Consumption Behavior*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201>

- Fauziyah, A. P., & Naomi, N. D. (2022). *Fenomena Belanja Online : Kasus Pengguna Fitur Shoppe PayLater*. 2.
- Faza, R. A., & Melati, I. S. (2025). Pemahaman atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet di Kalangan Gen Z Kota Semarang. In *Journal Management* (Vol. 24, Issue 1).
- Ferdinan, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi (Doctoral dissertation, tesis dan disertai ilmu manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro)*.
- Fitriyani, N., Widodo, B., & Fauziah, N. (2013). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*.
- Fitriyani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). *Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi COVID-19 (STUDI KASUS E-COMMERCE SHOPEE)*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>
- Ganawati, N., Sudarmini, K., & Sariyani, N. (2019). Faktor Eksternal Dan Internal Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pembeli Pada Toko Ritel Waralaba Di Kabupaten Gianyar. *Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 33–40. <https://doi.org/10.22225/we.18.1.990.33-40>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Gunawan, M., Musnaini, M., & Yuniarti, Y. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E- Commerce Shopee (Studi Kasus Generasi Z Di Kota Jambi). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 203–214. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2290>
- HAMIM, A. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Kepercayaan Terhadap Impulsive Buying Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pada Santri Pengguna*.
- Inda, T., & Rahma, F. (2018). *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*. 3.
- Karim, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islami . Rajawali Pers*.
- Khairati, M., Budhy Rakhmat, A., Radde, H. A., Yunus Sudirman, M., Studi Psikologi, P., Psikologi, F., Bosowa, J., & Studi Bimbingan dan Konseling, P.

- (2022). Konformitas Sebagai Prediktor Pengambilan Keputusan Untuk Menjadi Pelaku Demonstrasi pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 4.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Global Edition United Kingdom: Pearson Education.
- Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(7), 1697–1716. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2023-0759>
- Kurnia, A., Rahmani, S., & Muharman, N. (2023). Pengaruh Diskon Dan Fitur Layanan Aplikasi E-wallet Dana Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Generasi Z (Gen Z) Di Kota Banda Aceh. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK* (Vol. 8, Issue 4). www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Kusnandar, V. B. (2024, November 12). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai Rp1,6 Kuadriliun pada Januari-Agustus 2024*. https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/673216a38c1bc/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp16-kuadriliun-pada-januari-agustus-2024/?utm_source=chatgpt.com
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Sefung, A. T., Budhi, U., & Tangernag, D. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5). www.cermati.com
- Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2022). The Impacts of Mobile Wallet App Characteristics on Online Impulse Buying: A Moderated Mediation Model. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/2767735>
- Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2023). Do E-wallets trigger impulse purchases? An analysis of Malaysian Gen-Y and Gen-Z consumers. *Journal of Marketing Analytics*, 11(2), 244–261. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00164-9>
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2024). *Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive buying dengan Self-control sebagai Moderator pada Dewasa Awal*. 22(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Lutfiyah, N., Hidajat, T., Stie,), & Tengah, J. (2022). *E-WALLET: MAKE USERS MORE CONSUMPTIVE?* www.bi.go.id

- Mardison, S. (2016). Konformitas teman sebaya sebagai pembentuk perilaku individu. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan Dan Konseling Islami*, 2(1), 78–90.
- Miles, M. B., Saldana, J., & Huberman, A. M. (2016). *Qualitative Data Analysis. In Nursing standard (Royal College of Nursing (Great Britain) (Vol. 30).*
- Mulya Putri, F. (2025). *Peran Kontrol Diri Sebagai Pemoderasi Penggunaan Digital Payment dan Gaya Hidup Pada Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kota Semarang.*
- Mutiarta Putri, S., Ramadhani, A., Rasyid, M., Studi Psikologi, P., Diri, H., & Ramadhani Program Studi Psikologi, A. (2022). Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Barang Tiruan Produk Mode pada Remaja. *Jurnal Imiah Psikologi*, 10, 51–68. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Nasurllah Ahmad. (2024). *Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024.*
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). *Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later.* <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Nurfadiah, R. T., Yulianti, A., Psikologi, F., Islam, U., Sultan, N., & Riau, S. K. (2017). Konformitas Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Komunitas Pecinta Korea di Pekanbaru. In *Psikoislamedia Jurnal Psikologi* (Vol. 2).
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *MICROECONOMICS* (8th ed.). www.myeconlab.com
- PPID Kota Semarang. (2024, February 26). *Profil Kota Semarang.* Pemerintah Kota Semarang.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2022). *Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal The Effect of Conformity and Self-Regulation on Impulsive Buying Behavior in Early Adults.* 10(01), 888–896.
- Priyatno, D. (2013). Analisis korelasi, regresi dan multivariate dengan SPSS. *Yogyakarta: Gava Media.*
- Puspadini, M. (2024, September 3). Ini Dia Warga RI yang Paling Doyan Belanja Pakai PayLater. *CNBC Indonesia.*

- Puspitoningrum, A. (2025, August 15). *Akses Kredit Mudah, Transaksi Paylater di Semarang Tumbuh 47,8 Persen*. IDN Times Jateng. <https://jateng.idntimes.com/news/business/akses-kredit-mudah-transaksi-paylater-di-semarang-tumbuh-47-8-persen-00-1kqqx-s133kt>
- Raj, V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2024). Intensifying materialism through buy-now pay-later (BNPL): examining the dark sides. *International Journal of Bank Marketing*, 42(1), 94–112. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-0343>
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2016). *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)*.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *The Journal Of Consumer Research*, 14.
- Sahidin, M., & Insan, I. (2022). *PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP IMPULSIVE BULLYING PADA MAHASISWA BARU 2021 DI ASRAMA UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA* 1. 5(2), 109–114. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA>
- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari (indikator Paylater). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 231–242. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.3>
- Shelley E. Taylor, L. A. P. D. O. S. (2022). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Kencana Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=1Y4M0AEACAAJ>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com
- Sumanjeet. (2009). Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. *2009 First Asian Himalayas International Conference on Internet*, 1–18.
- Susilo, E. (2024). Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna E-wallet di Jepara. *Economics and Digital Business Review*, 5, 876–887.

- Suyanto. (2023). *Mengenal Dompet Digital Di Indonesia*.
- Syelfiyola Rosadi, D., & Andriani, I. (2023). Hubungan Impulsive Buying dengan Perilaku Berhutang pada Pengguna Pinjaman Online. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3655–3664. <https://doi.org/10.24815/jimps>
- Tanpli, Y. E. (2020). Pengaruh pada Iklan Celebrity Endorser BTS terhadap Impulsive Buying Behavior pada Remaja di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 3457–3463.
- Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Determinan Perilaku Konsumtif Belanja Online Generasi Z Di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1(2), 121–133. <https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.748>
- Wulandari, W. E., & Murtadlo, K. (2023). Pengaruh Paylater dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 144–155.
- Yahmini. (2020). Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswa. *EXERO Journal of Research in Business and Economics*, 02(01), 2655–1527. <https://doi.org/10.24071/exero.2019.02.01.03>
- Yudha, A. T. R. C., Ei, S., Sei, M., Amiruddin, A. R., Hilmi, A. F., Kaffah, A. F., Fauzi, F. N., Evarianti, I., Maghfiroh, L., & El Nadia, N. (2020). *Fintech syariah: Teori dan terapan*. Scopindo Media Pustaka.
- Yuliani, W. (2022). Hubungan antara Impulsive Buying dengan pembeli merchandise Kpop NCT (Neo Culture Technology). *Indonesian Psychological Research*, 4(2), 102–109. <https://doi.org/10.29080/ipr.v4i2.667>
- Yuwono, W., & Nainggolan, F. (2023). *The Phenomenon Of Compulsive Buying Behavior Due To The Rise Of Fintech Lending Among Indonesian Millennials*.