

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvara Research Center. (2019). *Layanan digital buatan Indonesia paling diminati milenial*. Diakses dari <http://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2019/07/press-con-bahasa-e-commerce-report.pdf>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Astari, L. W., & Agung, W. N. J. (2014). Pengaruh perbedaan jenis kelamin dan kontrol diri terhadap keputusan pembelian impulsif produk parfum. *EJournal Management*, 3(3), 546–560.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148–156.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6(1), 332–337.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi 2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas* (Edisi 4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Pengeluaran untuk konsumsi penduduk Indonesia per provinsi*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2019/06/28/c27c8e5d87315a29c3f76b8a/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-per-provinsi--september-2018.html>
- Chintia, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1), 297–302.
- Cinjarevic, M., Tatic, K., & Petric, S. (2011). See it, like it, buy it! Hedonic shopping motivations and impulse buying. *Journal of Economics and Business*, 9(1), 3–15.

- Davis, L., & Hodges, N. (2012). Consumer shopping value: An investigation of shopping trip value, in-store shopping value and retail format. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(2), 1–21.
- Devica, S. (2015). Pengaruh harga diskon dan persepsi produk terhadap nilai belanja serta perilaku pembelian konsumen. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 7(1), 27–44.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <https://doi.org/ISSN : 2301-7341>
- Dewi, P. D. P. (2015). Analisis pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap impulse buying konsumen online store di instagram. *E-Proceeding of Management*, 2(2), 1321–1326.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2002). *Perilaku konsumen* (Edisi 6). Jakarta : Binarupa Aksara.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: A survey of university students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2357953>
- Evanschitzky, H., Emrich, O., Sangtani, V., Ackfeldt, A., Reynolds, K. E., & Arnold, M. J. (2014). Hedonic shopping motivations in collectivistic and individualistic consumer cultures. *International Journal of Research in Marketing*, 31(3), 335–338. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2014.03.001>
- Fahimah, M., & Muyassaroh, E. M. (2019). Minat beli pada marketplace unicorn di Indonesia: Tokopedia dan Bukalapak. *Jurnal Bisnis Dan Akutansi*, 9(1), 1–12.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Hadi, S. (2015). *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hapsari, A. D., & Iqbal, M. (2018). Analisis segmentasi pasar fashion wanita berdasarkan motif pembelian dan shopping lifestyle (Survei pada konsumen fashion item wanita di Kota Surabaya dan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(2), 27–35.

- Harnish, R. J., & Bridges, K. R. (2015). Compulsive buying : The role of irrational beliefs, materialism, and narcissism. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 33(1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s10942-014-0197-0>
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.
- Horvath, C., & Adiguzel, F. (2018). Shopping enjoyment to the extreme: Hedonic shopping motivations and compulsive buying in developed and emerging markets. *Journal of Business Research*, 86(1), 300–310. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.013>
- Hutami, L. T. H., & Septyarini, E. (2018). Intensi penggunaan electronic wallet generasi millennial pada tiga startup “unicorn” Indonesia berdasarkan modifikasi TAM. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 136–145.
- Huwaydi, Y., Hakim, M. S., & Persada, S. F. (2018). Analisis deskriptif pengguna go-pay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), 1–5.
- Idris, B. N. (2018). Pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–11.
- Japariato, E. (2010). Analisa faktor type hedonic shopping motivation dan faktor pembentuk kepuasan tourist shopper di surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 76–85.
- Jatmika, D. (2017). Hubungan budaya individualis-kolektif dan motivasi berbelanja hedonik pada masyarakat Kota Jakarta. *Jurnal Psikologi Psibernetika*, 10(1), 9–19.
- Jejak Pendapat. (2018). *Digital wallet promotional program: Survey report*. Diakses dari <https://jajakpendapat.net/pdf/17181/digital-wallet-promotional-programs---japakat-free-survey-report>
- Kamil, S., Amin, H., Saidin, & Upe, A. (2018). Technology on learning process in communication Department of UHO facing industrial revolution 4.0 (penerapan teknologi komunikasi dan informasi pada pembelajaran Jurusan Ilmu Komunikasi UHO menghadapi revolusi industri 4.0). *Relawan Jurnal Indonesia*, 2, 344–352.
- Kang, J., & Park-poaps, H. (2010). Hedonic and utilitarian shopping motivations of fashion leadership. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14(2), 312–328. <https://doi.org/10.1108/13612021011046138>

- Kang, J., & Park-poaps, H. (2011). Motivational antecedents of social shopping for fashion and its contribution to shopping satisfaction. *Clothing & Textiles Research Journal*, 29(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0887302X11422443>
- Kosyu, D. A., Kadarisman, H., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh hedonic shopping motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying (Survei pada pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1–7.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Sebelas Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotzé, T., North, E., Stols, M., & Venter, L. (2012). Gender differences in sources of shopping enjoyment. *International Journal of Consumer Studies*, 36(4), 416–424. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01060.x>
- Kusumaningrum, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan electronic word of mouth dan hedonic shopping motivation dengan perilaku konsumtif produk make up pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 14(1), 50–59. <https://doi.org/10.24014/jp.v14i1.4698>
- Lee, M., Kim, Y., & Lee, H. (2013). Adventure versus gratification: emotional shopping in online auctions. *European Journal of Marketing*, 47(1), 49–70. <https://doi.org/10.1108/03090561311285457>
- Leha, J. M., & Subagio, H. (2014). Pengaruh atribut cafe terhadap motif belanja hedonik motif belanja utilitarian dan loyalitas pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartement Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–12.
- Lumintang, F. F. (2013). Pengaruh hedonic motives Terhadap impulse buying melalui browsing dan shopping lifestyle pada online shop. *Journal of Business Research*, 5(11), 35–52. <https://doi.org/10.1108/03090560410539294>
- Made, A., & Ferdiana, K. (2019). Understanding fintech through go-pay. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(2), 257–260.
- Mahrannisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer conformity through money attitudes toward adolescence's consumptive behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 30–37.
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3), 1–12.

- Mbulu, Y. P., Maidina, R. K., & Puspita, N. (2017). Pengaruh type hedonic shopping motivation terhadap keputusan berkunjung tourist shopper (Studi kasus: Grand Indonesia Shopping Town). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 5(1), 35–44.
- Mulianingsih, D., Fauzi, A., & Alfisyahr, R. (2019). Pembelian impulsif di online shop (Survei online pada Konsumen Zalora Indonesia di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 56–66.
- Mulya, A. H., & Indrawati, S. E. (2016). Hubungan antara motivasi berprestasi dengan stres akademik pada mahasiswa tingkat pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang. *Empati*, 5(2), 296–302.
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). Shopping online without thinking: being emotional or rational? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(1), 79–93. <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2013-0066>
- Pangestu, R. R. R., & Prabowo, F. S. A. (2015). Influence of utilitarian and hedonic shopping motivation to online consumer preference of line shopping. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2878–2883.
- Patel, V., & Sharma, M. (2009). Consumers' motivations to shop in shopping malls: A study of Indian Shoppers. *Asia-Pacific Advances in Consumer Research*, 8(2), 285–290.
- Rachmah, D. N. (2015). Regulasi diri dalam belajar pada mahasiswa yang memiliki peran banyak. *Jurnal Psikologi*, 42(1), 61–77. <https://doi.org/10.22146/jpsi.6943>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (e-money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8.
- Ratih, I. A. T., & Astiti, D. P. (2016). Pengaruh motivasi hedonis dan atmosfer toko terhadap pembelian impulsif pada remaja putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 209–219.
- Reformat, B. (2011). *The idea of smart shopping-the generation of smart consumers*. (149), 166–175.
- Saragih, H., & Ramdhany, R. (2013). Pengaruh intensi pelanggan dalam berbelanja online kembali melalui media teknologi informasi forum jual beli kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100–112. <https://doi.org/10.21609/jsi.v8i2.331>

- Setiawan, A. (2016). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada pembelian produk online shop pada mahasiswi angkatan 2016 FIP Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(4), 1–6.
- Subagio, H. (2011). Pengaruh atribut supermarket terhadap motif belanja hedonik motif belanja utilitarian dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 8–21.
- Sudarman, & Kusuma, S. K. (2018). Consumptive behavior: Mental accounting and retention-time toward. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(4), 252–266. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v8i4.13824>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan (Meneropong imbas pesan iklan televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada pemaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145–152. <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>
- Susanti, D. F., & Mulyadi, H. (2016). Pengaruh hedonic shopping motivation terhadap keputusan berkunjung di wisata belanja Kota Bandung (Survei terhadap wisatawan nusantara yang mengunjungi kawasan wisata belanja Kota Bandung). *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 5(1), 863–868. <https://doi.org/10.17509/thej.v5i1.1994>
- Sutriati, Kartikowati, S., & Riadi, R. (2018). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial FKIP Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa FKIP*, 5(1), 1–10.
- Yulia, Y. A., & Sari, C. T. (2019). Pengukuran kualitas layanan elektronik padalayanan transportasi online: Studi kasus pengguna go-jek di Surakarta. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 6(1), 23–28.
- Yuliawati, Y., & Suarna, I. F. (2017). Belanja hedonis di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 41–51.
- Zurit, R. A., Ariyanti, M., & Sumarahadi. (2016). The influence of hedonic shopping motivation on impulse buying at the onliine store (study on consumer at the mataharimall.com). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2688–2695.