

DAFTAR PUSTAKA

- Adebiyi, M. E. (2015). Utilitarianism and *Hedonism* with Theory of Planned Behavior: Examining Behavioral Intentions of Tourists, *The Journal of International Trade & Commerce*, 11(3): 129-142
- Agustiningsih, G., Anindhita, W., & Arisanty, M. (2017). Mapping of Indonesian consumer behavior on social media-netnography study of online shopping behavior on social media for improving MSME in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 312-320.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50: 179-211
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.
- Al Hafizi, N. A. (2021). Model Minat Beli dan Keputusan Pembelian Iklan: Pemasaran Multi Channels dan Discount di Portal Berita Online Medcom. id. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 479-489.
- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1).
- Allo, H. R., Ramba, D., & Tahirs, J. P. (2024). Pengaruh Online Review, Online Rating, Dan Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 7028-7038.
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup *Hedonisme* pada mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528.
- Armansya, R. M., Widarko, A., & Mustapit` Qa, A. F. (2024). Pengaruh Brand Image dan Sikap Hedonis Terhadap Minat Beli Photocard K-Pop Melalui Korean Wave Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Member GO Enhypen Indonesia). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 697-706.
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). *Affilliate marketing* terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 157-167.
- Bystrova, E. (2015). *Affilliate marketing* Plan. Thesis
- Christoper, N., & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Go Food dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 6484- 6492.

- Damayanti, R., Husen, Z., & Mesar, Z. S. H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(6), 390-398.
- Fatimah, S. (2022). Best Practice Through Broken Triangle, Square and Heart Can Grow Constitutional Awareness and Increase Citizenship Values. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 11(1), 1-14.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hadha, N., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2024, September). Pengaruh Online Customer Review Dan Affilliate marketing Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer Review, online customer Rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- HOTIMAH, H. (2023). Skripsi Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tidar).
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93.
- Khoiri, M., Sitorus, D. H., & Poniman, P. (2022). Pembinaan Motivasi Dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa Smk Hidayatullah Kota Batam. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(4), 524- 529.
- Kosli, J., Yuwono, V. K., & Soediro, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Restoran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kajian terhadap sebuah restoran x di Makassar). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1317-1326.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Madhavedi, S., Sudhaker, P., Prathima, Ch., dan Chakradhar. (2020). A Study on Marketing mix Elements (Product, Price, Place, Promotion) and Their Interplay in Driving Customer Acquisition, Retention. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 11(3): 2649-2655

- Mahmud, A., Wesardana, A., & Amang, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Selebgram Sebagai Endorser Terhadap Minat Beli Pada Produk Girlsneed di Kota Makassar: Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Ekonomi Global*, 1(5), 307-324.
- Mufidah, S. N. (2024). *Peran Live Streaming Shopping, Flash Sale, Dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Pembelian Impulsive Pada Produk Kosmetik Pinkflash Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara Pgri Kediri Pengguna Shopee)* (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara Pgri Kediri).
- Nugroho, B. A., Pattiata, D. N., & Hellyani, C. A. (2024, September). Pengaruh *Affilliate marketing* Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus pada Tokopedia. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, pp. 109-118).
- Nursal, M. F., Hadita, H., Marundha, A., & Komariah, N. S. (2022). Determination of Marketing Performance: Display Media, *Affilliate marketing* and Social Media (Literature Review). *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(2), 83-93.
- Nurvianti, R., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer dan *Affilliate marketing* pada Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 443-456.
- Pradiza, R. A., & Fatoni, M. (2023). Strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan pakaian olahraga. *Jurnal Porkes*, 6(2), 343-354.
- Pramono, S., Ahmad, I., & Borman, R. I. (2020). Analisis potensi dan strategi penemuan ekowisata daerah penyangga Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 57-67.
- Prasetya, A. Y., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Affiliate, Content Marketing Serta Brand Awareness di Social Commerce Terhadap Impulse Buying Masyarakat Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3853-3862.
- Purba, J. W. P., Simbolon, P., & Girsang, R. M. (2023). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 112-128.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi GrabFood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 102-115.
- Putra, Y. D., Deviana, R., & Yumte, W. T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Tampilan Website Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus

Pada Traveloka). *Jurnal EKSEKUTIF Volume*, 17(1).

- Rachma, D. A. (2017). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif fashion pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rumangkit, S., Rahayu, S., & Aditiya, Y. (2022). Studi eksplorasi entrepreneurial intention berdasarkan Theory of Planned Behavior dan Theory of Entrepreneurial Event pada mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 11- 24.
- Saleh, Q., Wahono, B., & Suharto, M. K. A. B. (2023). Pengaruh Online Costumer Review Dan Costumer Rating Terhadap Minat Beli di Tiktok Shop (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Setianingsih, E. S. (2018). Wabah gaya hidup *Hedonisme* mengancam moral anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 139-150.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh media sosial marketing TikTok terhadap minat beli online di shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 107-116.
- Setyono, V. I., Darmawan, Y., David, M., & Alwi, H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online di Marketplece Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 96-103.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66-72.
- Sukmawati, M. D., & Negara, G. N. J. A. (2022). Analisis Pengaruh Aplikasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 5).
- Tumonggor, K. K. R., & Sudjiman, P. E. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Konsumen di Alfamart Braga, Jalan Braga No. 66, Kota Bandung. *Jurnal Ekonomis*, 15(1c).
- Wibisono, P. B. (2019). *Pengaruh Nilai Hedonis Dan Utilitarian Mahasiswa Pada Loyalitas Toko Melalui Niat Beli: Studi Pada Toko Ritel H&M* (Doctoral

dissertation, UAJY).

Widjayanti, T. B. (2012). *Hubungan antara karakteristik individu, psikologis dan organisasi dengan perilaku pendokumentasian asuhan keperawatan Unit Rawat Inap RS. MH. Thamrin Purwakarta tahun 2011* (Doctoral dissertation, Thesis Strata 2 Universitas Indonesia, 1-135).

Yuryan, N. (2021). *Analisis Hubungan Nilai Hedonis Dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Membeli Dengan Mediasi Kepuasan Pada Kategori Pakaian Di Shopee Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).

Zahrotunnisa, N., Fauziah, A. A., Rosyid, R. N., Affandi, M. F., Hidayat, W., & Ibrahim, Z. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Gaya Hidup *Hedonisme* Terhadap Perilaku Konsumtif Genz Pada Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(5), 1271-1291.