

DAFTAR PUSTAKA

- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religius dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122-137.
- Ajzen, I. (1991). The theory of beavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Amalia, Dinar, R., & Wibowo, S. (2019). Analisi Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *eProceedings of Applied Science*.
- Andriyana, D. A., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2024). Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Viral Marketing, Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terdapat Impulse Buying Online Pada Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 15-24.
- Angely, E. I., & Octaviani, A. (2024). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penawaran Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14-26.
- Arofah, T., Maghfiroh, S., Sunarmo, A., Purwati, A. S., & Widianingsih, R. (2023). Teknik Marketing Produk Pada Yayasan Pondok Pesantren. *Jurnal Pengabdian Bisnis dan Akuntansi*, 28-33.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Dwi, D. R., & Basuki, I. (2022). Financial Literacy and Mental Accounting Analysis of Financial Decisions and Shopping Interests In The Covid-19Pandemic Era. *Journal of Business and Finance in Emerging Markets*, 5(1), 1-12.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handayani, D., Rusmana, O., & Warsidi. (2023). Pengaruh Perkembangan E-Commerce, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 95-104.
- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Hayu, R. S., & Arianto, D. (2023). The Effect of Shopping Lifestyle, E-Payment and Free Shipping Promotion of Impulse Buying On TikTok Shop Users in Indonesia. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 10-15.
- Iba, Z., & Wardhanaa, A. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indarsih, P., Sudodo, Y., & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 120-132.
- Jovanka, R., & Alam, I. A. (2025). Analisis Fator- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Platform TikTok (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah ano Ekonomos*, 14, 52-67.
- Kartikasari, D. A., Ramadhanti, W., & Kusuma, P. D. (2023). The Influence of Digital Payments, E-Commerce, and Financial Literacy on Revenue and the Quality of Accounting Information in SMEs. *Journal of Economics and Banking*, 163-178.
- Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas. In N. Rusdi, Khairunnisa, A. Devriany, H. Dalfian, S. Nurcahyati, L. O. Asrianto, . . . T. Sjahriani, *Buku Ajar Metode Penelitian* (p. 195). Pangkalpinang: CV Science Techno Direct .
- Kholilah, N. A., & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 69-80.

- Kurniawan, A., & Puspita, A. V. (2021). Factors That Influence Impulse Buying. *Journal of Accounting for Sustainable Society*, 3(2), 54-68.
- Kurniawati, D. A., & Nidar, S. R. (2023). The Effect of Mental Accounting on Impulsive Buying with Theory of Planned Behavior Approach. *International Journal of Business and Management Invention*, 1-8.
- Laksmawan, A. A., & Handayani, L. S. (2024). Pengaruh Diskon, Tagline Gratis Ongkos Kirim, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee (Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020 Yang Menggunakan E-Commerce Shopee). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7460-7470.
- Marinda, A. B., Widiainingsih, R., Ramadhanti, W., Purwati, A. S., & Wulandari, R. A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Audit Delay dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 73-86.
- Mariska, R. Y., Prastyowati, A. H., & Sholihin, M. R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompet Digital, Layanan Paylater, Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 103-120.
- Maulida, A. Z. (2019). *Pengaruh Self-control, Daya Tarik Iklan dan Kerentanan Dampak Interpersonal Terhadap Online Impulsive Buying Produk Fashion Pada Wanita yang Telah Menikah*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Permatasari, F. N., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Belanja Online, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif Pada Penggunaan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi*, 691-708.

- Primasari, D., Sudjono, & Abriani, N. (2019). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Permintaan Kuantitas Produk Pada UMKM di Kabupaten Banyumas (Suatu Pendekatan Teori Technology Acceptance Model). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 63-73.
- Putri, M. T. (2022). Pengaruh Flash Sale dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee di Kota Pekanbaru).
- Putri, M. T. (2022). *Pengaruh Flash Sale dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Pekanbaru)*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Raditya, V. R., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2022). Analisis Penggunaan Teknologi Aplikasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kabupaten Banyumas Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 1-11.
- Rizkianti, K. M., & Purwanti, A. S. (2020). Factors Affecting Intention on Whistleblowing with Anonymus Reporting as Moderating Variable. *International Journal of Accounting, Taxation, and Business*, 1(1), 1-13.
- Rizkya, S. N., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan LiveStreaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 83-99.
- Rock, D. W. (2016). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 189-199.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko, dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Safitri, S. A., & Rahmah, N. A. (2023). Social Science Studies Vol. 3 No. 4 2023 Page 279-297 DOI:

10.47153/sss34.7402023*CorrespondingAuthorEmailaddress:

safitrisarahaulia@gmail.comThe Effect of Accounting Information Systems and Online Shopping on Impulsive Buying on Shopee E-Commerce Users. *Social Science Studies*, 279-297.

Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairinac, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on. *Asia-Pacific Management and Business Application*, 231-242.

Simangunsong, R. M., Sihombing, R. U., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Desa Baribaniaek, Kecamatan Muara. *Repository.uhn.ac.id*, 65-81.

Sudariana, N., & Yoedani. (2021). Analisis Statistik Regresi Linear Berganda. *Seniman Transactions on Management and Business*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suriani, S. (2022). *Financial Behavior*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Susilowati, D., Suyono, E., Rusmana, O., Wiratno, A., & Setyorini, C. T. (2023). Accounting Information System Implementation In Batik Small And Medium-Sized Enterprises. *Corporate & Business Strategy Review*, 326-334.

Syariffudin, & Saudi. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.

Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika. (2022). Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Impulse BuyingKonsumen Generasi Z Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 309-324.

Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214.

- Thaler, R. H., & Shefrin, H. M. (1981). "An Economic Theory of Self-Control.". *Journal of Political Economy*, 392-406.
- Vanessa, G. P. (2000). "*Antecedents of Consumer Financing Decisions: A Mental Accounting Model of Revolving Credit Usage.*". Ann Arbor: The University of North Carolina at Chapel Hill.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV Seribu Bintang.
- Wiratno, A., Pinasti, M., & Sukirman. (2019). Startegi Insentif Planned Behavior Pencatatan Akuntansi Pada UMKM Banyumas. *Journal of Accounting*, 1-6.
- Yuniarsih, E., Tiarani, R., Fariyanda, R., Raki, E. Y., & Damayanti, F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Mental Accounting Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Penerima KIP Kuliah. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 111-137.
- Yurivito, B. (2024). *Jadi Tren Anak Muda Indonesia, Apa itu Doom Spending?* Jakarta: Harian Kompas.