

DAFTAR PUSTAKA

- Abiba, Widya, R., & Indrarini, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society Pada Generasi Milenial Di Surabaya*.
- Adrian, K. (2024, November 13). *Bandwagon Effect, Istilah untuk Orang yang Suka Ikutan Tren*. ALODOKTER. <https://www.alodokter.com/bandwagon-effect-istilah-untuk-orang-yang-suka-ikutan-tren>
- Afifah, R. (2024, May 20). *Gawat! Limbah Fashion Semakin Meningkat, Apa Yang Bisa Kita Lakukan?* <https://kumparan.com/raissa-afifah/gawat-limbah-fashion-semakin-meningkat-apa-yang-bisa-kita-lakukan-22m5jkiCmKs/full>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. <http://www.sietmanagement.fr/wp-content/uploads/2017/12/Azjen.pdf>
- Amanda, S., & Farid. (2024). Pengaruh Viral Marketing Dan Bandwagon Effect Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif Pada Mixue Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Annur, M. C. (2024, February 5). *Tingkat Penetrasi Internet di Pulau Jawa Berdasarkan Provinsi (2024)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9b344e72370dd92/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>
- Asri, Mantili, K., & Leon, Margaretha, F. (2022). *Anteseden Dan Konsekuensi Dari Compulsive Buying Behavior Yang Dimoderasi Oleh Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Yang Bekerja Di Jabodetabek*. 9.
- BPS. (2024, February 22). *Jumlah Perguruan Tinggi, Tenaga Pendidik, dan Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta, 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/ZG5GNFRUZHdiRWN3YIRGSGF6QXdaVXRPTVZSQIFUMdkjMw==/jumlah-perguruan-tinggi--tenaga-pendidik--dan-mahasiswa--negeri--dan-swasta--di-bawah-kementerian-agama-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta--2023.html?year=2023>
- Chaerani, L. M., & Sari, H. (2023). Penerapan Studi Neuromarketing pada Desain Kemasan Produk Hijau dan Pengukuran Niat Beli Berdasarkan Profil Gender, Pendidikan, dan Frekuensi Membeli Produk. In *Membeli Produk* (Vol. 1, Issue 2). <https://jriem.ti.fti.itb.ac.id/>
- Chooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.il.4669>

- Edwards, E. A. (1993). *Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior* (Vol. 48197, Issue 313). <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=db00d428c8dfa319f5c03ac7d5d5ad663cbb3dad>
- Febrianti, N., Nur, T., Putri, O., & Yanti, Z. (2024). Pengaruh Trend Fast Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat: Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Keagamaan*, 1(1). <https://jipkm.com/index.php/islamologi>
- Fitriyani, F., & Afrizal, Y. H. (2024). Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying: Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce. *Sentralisasi*, 14(1), 94–113. <https://doi.org/10.33506/sl.v14i1.3818>
- Ghozali, I., & Laten, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk Penelitian Empiris*.
- Google Trends. (2025, March 12). *Minat Seiring Waktu*. <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID-YO&q=Fashion&hl=id>
- Grant, J. E., & Chamberlain, S. R. (2024). Compulsive buying disorder: Conceptualization based on addictive, impulsive, and obsessive-compulsive features and comorbidity. *Psychiatry Research Communications*, 4(4). <https://doi.org/10.1016/j.psycom.2024.100199>
- Hafid, K., Listiana, E., Barkah, B., & Fitriana, A. (2025). The influence of advertising neuromarketing, bandwagon effect, and e-money on gen Z's attitude and compulsive buying. *Journal of Management and Digital Business*, 5(1), 35–51. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i1.1331>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair Jr, F. J., Ringle, M. C., Danks, P. ,Nicholas, Hult, M. T. G., Sarstedt, M., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <http://www.springer.com/series/16374>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management and Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Ilieva, G., Yankova, T., Dzhabarova, Y., Ruseva, M., Angelov, D., & Klisarova-Belcheva, S. (2023). Customer Attitude toward Digital Wallet Services. *Systems, 11*(4). <https://doi.org/10.3390/systems11040185>
- Indonesia, Mahasiswa, M. (2024). *Fashion Victim atau Fashion Savvy?: Pengaruh Media Sosial pada Gaya Berpakaian Mahasiswa Yogyakarta*. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/fashion-victim-atau-fashion-savvy-pengaruh-media-sosial-pada-gaya-berpakaian-mahasiswa-yogyakarta/>
- Intansari, B. A. (2022). Pengaruh merchandising sensorik dalam neuromarketing terhadap keputusan pembelian pelanggan di toko kelontong modern. *Journal of Environment and Management, 3*(2), 125–134. <https://doi.org/10.37304/jem.v3i2.5504>
- ITSOJT. (2022, November 2). *Fast Fashion Waste, Limbah yang Terlupakan*. ITS NEWS. <https://www.its.ac.id/news/2022/11/02/fast-fashion-waste-limbah-yang-terlupakan/>
- Jain, A., Srivastava, S., & Shukla, A. (2024). *Materialism and Compulsive Buying: The Mediating Roles of Self-Control and Anxiety*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.71269>
- Kang, I., & Ma, I. (2020). A study on bandwagon consumption behavior based on fear of missing out and product characteristics. *Sustainability (Switzerland), 12*(6). <https://doi.org/10.3390/su12062441>
- Karli, D., & Tjokrosaputro, M. (2023). Pengaruh Green Perceived Value dan Consumer Attitude Terhadap Intensi Pembelian Sedotan Kaca. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN, 7*.
- Kompas.com. (2024, June 27). *Masuk Daftar Kota Pelajar Terbaik Dunia, Yogya Nomor 1 Se-Indonesia*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/edu/read/2024/06/27/100100271/masuk-daftar-kota-pelajar-terbaik-dunia-yogya-nomor-1-se-indonesia?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Lantiva, Candra, M. (2019). *Limbah Pabrik Kulit dan Tekstil Cemari Sungai*. Radar Jogja. <https://radarjogja.jawapos.com/bantul/65736772/limbah-pabrik-kulit-dan-tekstil-cemari-sungai>
- Lee, N., Broderick, A. J., & Chamberlain, L. (2007). What Is “Neuromarketing”? A Discussion and Agenda for Future Research. *International Journal of Psychophysiology, 63*.
- 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>
- Mardiyansyah, K. (2024, July 5). *Limbah Pabrik Tekstil di Indonesia Capai 2,3*

Juta Ton per Tahun. Okezone News.
<https://nasional.okezone.com/read/2024/07/05/337/3030106/limbah-pabrik-tekstil-di-indonesia-capai-23-juta-ton-per-tahun?page=all>

Mehrabian, A., & Russell, J. . (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press.

Muchson, M. (2017). Statistik Deskriptif. In *Statistik Deskripti*.
<https://books.google.co.id/books?id=4n0tDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>

Niles, J. (2024, April 2). *9 Strategi Neuromarketing yang Ampuh untuk Meningkatkan Penjualan eCommerce*. Brainspate.
<https://brainspate.com/blog/neuromarketing-strategies-in-ecommerce/>

Ningsih, N. N. F., & Fikriah, N. L. (2023). *Viral Marketing, Bandwagon Effect dan Keputusan Pembelian: Integrasi Mekanisme Pemediasian Perilaku Konsumtif*. 19.

Nugraha, P. J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, H. M., Lestari, J. W., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.); 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf

Pradnyawati, I., & Prianthara, T. B. I. (2024). Niat Beli Milenial: Peran Kampanye Pemasaran Dan Media Sosial Serta Bandwagon Effect Produk Fashion Di Tiktok. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2).
<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26496>

Prana Hardayu, A. (2023). Pengaruh Iklan Neuromarketing Terhadap Perilaku Compulsive Buying Di Kalangan Remaja Putri Pada Produk Skin Care Camille Beauty. In *Jurnal Ekonomi STIEP* (Vol. 8, Issue 2).

Ramadhani, S., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2020). Consumer Attitude, Behavioral Intention, And Watching Behavior Of Online Video Advertising On Youtube. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 18(3), 493–503.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.03.09>

Renvoise, P., & Morin, C. (2002). *Neuromarketing*.
<https://www.mirexmarketing.com/neuromarketing-book-summary-part-i/#comments>

Reski Tama, M. (2024). The Effect of Bandwagon Effect on Clothing Consumption Patterns (Study on Muslim Community in Tanete Riattang Sub-District).

- Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1), 77–90.
<https://doi.org/10.46899/jeps.v12i1.652>
- Solomon, M. R. (2019). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (8th ed.). In *Management Decision* (Vol. 47, Issue 5, p. 845).
<https://doi.org/10.1108/00251740910960169>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Surabaya, H. T.-U. (2023). *Cashless Society: Memanfaatkan Era Digital untuk Mahasiswa yang Bijak*. Telkom University Surabaya.
<https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/cashless-society-memanfaatkan-era-digital-untuk-mahasiswa-yang-bijak/#:~:text=QRIS%2C%20seperti%20Gopay%2C%20OVO%2C%20Dana%2C%20dan%20LinkAja>
- Trisnadi, F. M. (2025, January 24). *Fast Fashion: Tren Modis dengan Harga Ekologis*. OPINI.
[https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4445-fast-fashion-tren-modis-dengan-harga-ekologis.html#:~:text=Industri fast fashion berfokus pada,tetapi dengan harga yang terjangkau](https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4445-fast-fashion-tren-modis-dengan-harga-ekologis.html#:~:text=Industri%20fast%20fashion%20berfokus%20pada,tetapi%20dengan%20harga%20yang%20terjangkau).
- Umah, A. (2024, August 8). *Biaya Hidup Mahasiswa di Jogja Melebihi UMP, Terjebak Lifestyle, Skincare dan iPhone*. Harian Jogja.
<https://m.harianjogja.com/jogjapolitan/read/2024/08/08/510/1184112/biaya-hidup-mahasiswa-di-jogja-melebihi-ump-terjebak-lifestyle-skincare-dan-iphone>
- Wardana, V., Sitorus, M., & Sembiring, G. B. (2025). *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Pengaruh Penggunaan E-money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*.
- Wicaksono, R. S. (2021). *E-Money Teori dan Studi Kasus* (R. S. Wicaksono (ed.); 1st ed.). CV. Seribu Bintang.
<https://www.researchgate.net/publication/368666362>
- Yonatan, Z. A. (2024, September). *Yogyakarta Terpilih Sebagai Kota Favorit untuk Belajar 2024*. GoodStats.
- Yucha, N., Ardianto, T., & Putri K, B. (2022). Consumer Attitude, Consumer Trust, and Price Perception on Purchase Decision. *Journal of Applied Management and Business (JAMB)*, 3(2), 77–82. <https://doi.org/10.37802/jamb.v3i2.284>
- Zulfikar, F. (2024, August 12). *Rerata Biaya Hidup Mahasiswa Jogja Rp 2,96 Juta/Bulan, Melebihi UMR*. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-7486502/survei-2024-rerata-biaya-hidup-mahasiswa-jogja-rp-2-96-juta-bulan-melebihi-umr>