

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol, A. (2004). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ayuningtyas, S. N. (2013). *Persepsi Siswa Terhadap Kinerja Guru di SMKN 2 Wonosari*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Azwar, S. (2001). Asumsi-Asumsi Dalam Inferensi Statistika. *Buletin Psikologi*.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Barlian, E. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Sukabina.
- Bayley, G., & Nancarrow, C. (1998). Impulse Purchasing : A Qualitative Exploration of The Phenomenon. *Qualitative Market Research : An International Journal*.
- Cunha, R. A., & Silva, D. (2015). Impulsive Buying Behavior : An Empirical Study in Brazil. *Australian Journal of Basic and Applied Science*, 292-296.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Farid, D. S., & Ali, M. (2018). Effects of Personality on Impulsive Buying Behavior: Evidence from a Developing Country. *Marketing and Branding Research*, 31-34.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). *Theories of Personality*. McGraw-Hill.
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T.-A. (2017). *Teori Kepribadian (Theories of Personality)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Guay, D., & Ettwein, J. (1998). Internet Commerce Basics. *Electronic Markets*, 12-15.
- Hadyan, A., Marianti, S., & Safitri, M. (2018). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Esa Unggul Yang Melakukan Pembelian Secara Online Shopping*. *Jurnal Psikologi*.
- Hartaji, R. D. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.

- Hendrawan, D., & Nugroho, D. A. (2018). Influence of Personality on Impulsive Buying Behavior Among Indonesian Young Consumers. *International Journal of Trade and Global Markets*, 31-39.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 8.
- Herabadi, A., Verplanken, B., & Knippenberg, A. V. (2009). Consumption Experience of Impulse Buying in Indonesia: Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 20-31.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 163-176.
- Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 174-181.
- KBBI Online. (2020, Mei 06). *KBBI Daring*. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/mahasiswa>
- King, L. A. (2010). *Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Larsen, R. J., & Buss, D. M. (2002). *Personality Psychology: Domain of Knowledge about Human Nature*. New York: McGraw-Hill.
- Lee, J. A., & Kacen, J. J. (2000). The Relationship Between Independent and Interdependent Self Concepts and Reason for Purchase. *Journal of Euromarketing*, 83-99.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts & Applications*. New York: McGraw-Hill Series Marketing.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Nuryati, A. (2008). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja . *Jurnal Psikologi*, 181-193.
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development: Perkembangan Manusia Edisi 10 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyono, M. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama.

- Pudyastari, M. P. (2019). *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswi Di Jakarta*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventory Big Five. *Jurnal Psikologi*, 189-207.
- Rapika, S., & Sari, A. P. (2017). Pengaruh Kepribadian dan Kemampuan Intelektual Terhadap Kompetensi Guru di SMKN 3 Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 64-76.
- Ratnawat, R. G., & Borgave, S. A. (2019). Impact of Big Five Personality on Impulsive Buying Behavior. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 500-505.
- Riadi, E. (2016). *Statistik Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Penerbit.
- Robbins, S. P., & Judge. (2007). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Roberts, B. W., & Mroczek, D. (2008). Personality Trait Change in Adulthood. *Current Directions in Psychology Science*, 31-35.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 189-99.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 305-313.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Semuel, H. (2005). Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 152-170.
- Semuel, H. (2007). Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia, dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Setyowati, R. (2012, Oktober 05). *Prospek Belanja "Online"*. Retrieved from Kompas.com:  
<https://tekno.kompas.com/read/2012/10/05/02371027/prospek.belanja.quotonl inequot>

- Sibarani, D. L. (2019). *Pengaruh Citra Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Dewasa Awal di Jakarta*. Jakarta: Repository Universitas Negeri Jakarta.
- Siregar, A. R. (2006). *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Pola Asuh*. Program Studi Psikologi, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Tanzeh, E., & Tanzeh, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Turkyilmaz, C. A., Erdeem, S., & Uslu, A. (2015). The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulsive Buying. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 98-105.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 71-83.
- Vladimir, Z. (1996). Electronic Commerce: Structure and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*, 3-23.
- Widowati, H. (2019, April 25). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. Retrieved from Databoks.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 17-23.