

DAFTAR PUSTAKA

- Andaryanti, B. C., & Indrawati, E. S. (2019). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Pada Siswi Kelas XI SMAN 1 Pati. Empati*, 7(4), 60–66.
- Anissa, N., & Handayani, A. (2012). *Hubungan Antara Konsep Diri dan Kematangan Emosi dengan Penyesuaian Diri Istri Yang Tinggal Bersama Keluarga Suami. Jurnal Psikologi Pitutur*, 1(1), 56–64. *Jurnal Psikologi Pitutur*, 1(1), 56–64.
- Anwar, N. A., Mursityo, Y. T., & Rokhmawati, R. I. (2019). *Analisis Value Terhadap Minat Penggunaan OVO di Malang Raya Menggunakan Consumption Value Model. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4374–4382. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). *Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa. Jurnal Ecopsy*, 7(2), 71–78. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Astari, D., & Nugroho, C. (2017). *Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram. Channel*, 5(2), 33–46.
- Astiti, I. A. T. R. dan D. P. (2016). *Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri Di Denpasar. Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 209–219.
- Bhavani, S. (2018). *the Factors Influencing the Buying Behaviour of the Consumers With*. 5(4), 74–80.
- Badan Pusat Statistik . (2019). *Badan Pusat Statistik Kota Sukabuni Tahun 2019*.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)*. 2(1), 1–14.
- Faruq, U. Al, & Esa, P. P. N. (2018). *Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Pada Sektor Ekonomi Informal Untuk Meningkatkan Family Welfare: Studi Pada Ibu Rumah Tangga Dikelurahan Serua Indah Kecamatan Ciputat Yang Bekerja Sebagai Pedagang Busana. Pekobis Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 1(V), 1–16.
- Ferrinadewi, E. (2016). *Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah)*. *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (D. Novidiantoko & E. R. Fadilah (eds.); 1st ed.).
- Gamayanti, W. (2016). *Gambaran Penerimaan Diri (Self-Acceptance) pada Orang yang Mengalami Skizofrenia*. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(1), 139–152. <https://doi.org/10.15575/psy.v3i1.1100>
- Ghufron, M. N., & S, R. R. (2018). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningrati (ed.); 3rd ed.). AR- RUZZ MEDIA.
- Goyena, R., & Fallis, A. . (2019). *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hadiwardoyo, W. (2020). *Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19*. *Baskara Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2018). *The effect of E-WOM and perceived value on the purchase decision of foods by using the go-food application as mediated by trust*. *Quality Innovation Prosperity*, 22(2), 112–127. <https://doi.org/10.12776/qip.v22i2.1062>
- Hanum, S. L. (2017). *Peran Ibu Rumah Tangga dalam Membangun Kesejahteraan Keluarga*. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(2), 1–9.
- Harahap, D. A. (2018). *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Hastuti, D. (2015). *Pengasuhan: Teori, Prinsip dan Aplikasinya di Indonesia* (N. Januarini (ed.); 1st ed., pp. 4–5). PT Penerbit IPB Press.
- Hendra, Y. N. R., Wirza, E., & Irawan, M. Z. (2015). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja*. *Jurnal Transportasi Vol. 15 No. 1*, 15(1), 31–40.
- Irawaty, D. K. (2020). *Pengelolaan Keuangan Keluarga Pada Era Pandemi Covid-19*. *Pengelolaan Keuangan Keluarga Pada Era Pandemi Covid-19. April*.
- Kadir. (2015). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS/ Lisrel dalam Penelitian*. PT Rajagrafindo persada.
- Kharis, I. F. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang*. 1–29.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.

- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Laily, B., Doriza, S., & Hasanah, U. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Non - Pangan Terhadap Pengambilan*. *Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan [JKKP]*, 04(01), 39–45.
- Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). *Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.47-62>
- Maula, Z., & Kustanti, E. R. (2020). *Hubungan Antara Psychological Well-Being Dengan kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Pengguna Go-Pay Yang Menggunakan Promo Cashback Di SMA Negeri 2 Semarang*. *Empati*, 8(3), 7–14.
- Merdin Uygur, E. (2018). *Consumer Impulsive Buying Tendency Scale Development Using Mixed Methodology*. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 125–141. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2018.6/2.125-141>
- Miranda, S. (2013). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda*. *Ejournal Psikologi*, 1(2), 148–156.
- Muflih, F. (2018). *Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Impulsif Pada Binjai Supermall*. Vol. III, 99-117.
- Mukhlishi, M. (2016). *Konsep Diri Dalam Berinteraksi Sosial Remaja Gapura Kabupaten Sumenep*. 1(1), 74–92.
- Nisa, L. K. (2012). *“Hubungan Konsep Diri Dengan Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) Produk Pakaian Pada Mahasiswi Uin Maliki Malang.”* 2,3. http://etheses.uin-malang.ac.id/1656/6/11410078_Bab_2.pdf
- Novilita, H., & Suharnan, S. (2013). *Konsep Diri Adversity Quotient Dan Kemandirian Belajar Siswa*. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 8(1), 619–632.
- Nurhaini, D. (2018). *Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget Remaja SMAN 1 Tanah Grogot*, 6(1), 211–223.
- Oke, A. O., Kamolshotiros, P., & Popoola, O. Y. (2016). *Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands*. 6(2007), 43–52.
- Oktaviani, N., Astuti, W., & Firdiansjah, A. (2019). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan e-Wom Pada Pengguna Aplikasi e-Money “OVO”*. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 93. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3757>

- Oktivera, E., Wirawan, M. (2020). *E- Sales Promotion Membentuk Impulse Buying Konsumen Studi Kasus: Digital Payment OVO*. 7(1), 1–7.
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). *Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto)*. *Jurnal HUMMANS*, 2(September), 38–45.
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2020). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada Karyawan Departement Store*. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(September), 132–141.
- Pradana, A. A., & Wahyuningdyah, R. Y. (2019). *Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang*. *Jemap*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i1.2099>
- Pradana, E., & Suparna, G. (2016). *Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 255200.
- Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). *Konsep diri, gaya hidup, strategi pemasaran, dan pembelian impulsif antargenerasi*. 13(1), 87–98.
- Pratita, B. W. A., Heri Pratikto, & Sutrisno. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang*. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(4), 497–503.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). *Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri*. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 243–254. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243>
- Ramadhani, Z. N. F., & Oktora, S. I. (2019). *Determinan Transaksi Nontunai Di Indonesia Dengan Pendekatan Error Correction Mechanism (Ecm) Model*. *Indonesian Journal of Statistics and Its Applications*, 3(1), 62–77. <https://doi.org/10.29244/ijsa.v3i1.190>
- Saraswati, N., & Mukhlis, I. (2018). *The Influence of Debit Card, Credit Card, and E-Money Transactions Toward Currency Demand in Indonesia*.
- Sari, A. E. (2014). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*, 13(1), 55–73. <https://doi.org/10.14710/jspi.v13i1.55-73>
- Sari, A., Hubeis, A., Mangkuprawira, S., & Saleh, A. (2010). *Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga Dalam Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Perkembangan Anak*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(2), 245186. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.8.2>

- Sari, D. E., Handoko, R., & Rochim, A. I. (2018). *Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto)*. *Representamen*, 4(01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1423>
- Sari, S. I., Safitri, W., & Utami, R. D. P. (2018). *Pengaruh Pendidikan Kesehatan Dengan Metode Demonstrasi Terhadap Praktik Pertolongan Pertama Luka Bakar Pada Ibu Rumah Tangga Di Garen Rt.01/Rw.04 Pandean Ngemplak Boyolali*. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*, 98–105. <https://doi.org/10.34035/jk.v9i1.266>
- Shingh, S. (2019). *An exploration of e-impulse buying*. 10(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.
- Toth, M. (2014). *The Role of Self-Concept in Consumer Behavior By Greenspun College of Urban Affairs*.
- Usman, R. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Widiarti, P. W. (2017). *Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa SMP Se Kota Yogyakarta*. *Informasi*, 47(1), 135. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.15035>
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). *Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak*. *Application of the Theory of Planned Behavior in Generating Patients Intention To Undergo Cataract Surgery*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 109–112. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109-112>
- Wijaya, E., & Oktariana, Y. (2006). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Hodshop Bengkulu*. 17(2), 55–90.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Konsep Diri*. In *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (1st ed., pp. 161–170).
- Yusuf, A.H, F., & ,R & Nihayati, H. . (2015). *Jiwa. Buku Ajar Keperawatan Kesehatan Jiwa*, 1–366. <https://doi.org/ISBN 978-xxx-xxx-xx-x>