

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A., Pramestya, K. Y., Lestari, W. P., & Irawan, M. F. (2020). Perilaku pembelian impulsif mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 260–273. <https://doi.org/10.33369/insight.15.2.260-273>
- Afifah. (2022). Peran regulasi emosi mahasiswa selama pembelajaran daring. *Bimbingan Dan Konseling, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 1–23.
- Ali Shams, H., Hussain, S., Feroze, T., Ahmed Saki, S., Ali Shams, M., Ali Abbasi, K., & Munir, S. (2021). Stressors, stress and impulsive buying behavior: moderating role of emotional intelligence. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 6(3). <https://doi.org/10.24088/ijbea-2021-63005>
- Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, C. S. (2023). Fenomena penggunaan paylater di kalangan mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187.
- Anggraeni, F. L. (2021). Pengaruh mindfulness therapy terhadap peningkatan regulasi emosi pada masyarakat di masa pandemi. *PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi*, 3(1), 1–13.
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). Analisis Perbedaan pembelian impulsif ditinjau dari gender konsumen pada puncak toserba bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.439>
- 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>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1), 1–11.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2021). Perilaku impulse buying di masa pandemi. *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 43. <https://doi.org/10.24198/jsg.v5i1.30759>
- Asja, H. J. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater: studi kasus masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Aurellia, D. P. (2020). Pengaruh persepsi konsumen pada store atmosphere terhadap impulse buying melalui shopping emotion pleasure. *Exero: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 57–79. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2111>
- Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Barat. (2023). *Indikator Kemiskinan 2021-2023*. <https://jakbarkota.bps.go.id/indicator/23/117/1/indikator-kemiskinan.html>
- Dewi Lutfianawati, Asri Mutiara Putri, Junaidi, Tri Wijayanti, Kina Okta Vina, J. R. S. (2023). Pelatihan regulasi emosi pada mahasiswa baru. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 9, 356–363.
- Ehsani Masouleh, S., Pazhang, M., & Siahkali Moradi, J. (2012). What is impulse buying? an analytical network processing framework for prioritizing factors affecting impulse buying. *Management Science Letters*, 2(4), 1053–1064. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2012.03.016>
- Fadhillah Irwani Saragih, & Dini Lestari. (2022). Pengaruh adanya paylater di

- kalangan remaja di Sumatera Utara. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 190–198. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v1i4.526>
- Fauzi, F., Syfa Fitriani, A., Sanggerti, A., Ineza Rahmawati, F., & Abiyu Ibadullah Poeni, M. (2024). Gambaran regulasi emosi pada mahasiswa dengan banyak peran. *Jurnal Riset Psikologi*, 7(1), 19–27.
- Fenton-O’Creevy, M., Dibb, S., & Furnham, A. (2018). Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation? *Psychology and Marketing*, 35(3), 175–188. <https://doi.org/10.1002/mar.21078>
- Fitriyana, R. (2022). Regulasi emosi dan kesadaran diri pada masyarakat dalam menanggapi bantuan sosial di Kelurahan Bekasi Jaya. *Social Philanthropic*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.31599/sp.v1i2.1807>
- Gunawan, A. (2020). Hubungan regulasi emosi dan impulsivitas online shopping mahasiswa di Universitas Widya Dharma Klaten. *Fakultas Psikologi Dan Kesehatan, Universitas Widya Dharma Klaten*.
- Hamidah, W. N. (2024). Peran religiusitas terhadap strategi regulasi emosi. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Menta*.
- Handayani, N. S., & Julianti, A. (2023). Kontrol diri dan pembelian impulsif studi Meta-Analisis. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 2(2), 74–87. <https://doi.org/10.35760/arjwa.2023.v2i2.8261>
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami impulsif buying dalam proses keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Hardyansah. (2024). Analisis impulsive buying e-commerce (studi pada pengguna shopee). *Journal of Business Application / Mei*, 3, 1–18.
- Hasmarlin, H., & Hirmaningsih, H. (2019). Self-compassion dan regulasi emosi pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 15(2), 148. <https://doi.org/10.24014/jp.v15i2.7740>
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) terhadap Return on Asset (ROA) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Intan Ayu Lasmana Firdauza, & Farah Farida Tantiani. (2021). Regulasi emosi remaja dari ibu pekerja migran dan non migran. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.29080/jpp.v12i1.506>
- Kumala, K. H., & Darmawanti, I. (2022). Strategi regulasi emosi pada mahasiswa dengan banyak peran. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3), 19–29.
- Loudon, D. L. and A. J. D. B. (2004). *Consumer behavior concepts and applications* (Third Edit). MC Graw Hill Inc.
- Marliani, R., Nasrudin, E., Rahmawati, R., & Ramdani, Z. (2020). Emotional regulation, stress, and psychological well-being: A study of work from home mothers in facing the COVID-19 pandemic. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 1–12.
- Muchlisin, K., & Muchlisin, M. (2023). Pemanfaatan Media pembelajaran berbasis aplikasi augmented reality alat uji pemanfaatan media pembelajaran berbasis aplikasi augmented reality alat uji kuat tekan beton. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)*, 8(1), 2477–3921.
- Munatsir, J. (2019). Pengaruh pengalaman berbelanja, kepercayaan konsumen dan promosi terhadap minat beli. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas*

Brawijaya, 1–21.

- Mursalina, A., Hasanah, & Efriani. (2024). Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater. *Balale' Jurnal Antropologi*, 5(1), 31.
- Ni Made Maya Devi Theresia Theresia, I. M. W. (2019). Pengaruh pengalaman belanja online, kepuasan pelanggan, dan adjusted expectation terhadap niat membeli kembali melalui Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4899–4926.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Pratomo, D., & Ermawati, L. (2019). Kecenderungan Pembelian impulsif ditinjau dari perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 240–252. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.103>
- Putra, A. A. (2023). Kecerdasan emosi dan impulse buying online Akbar Amada Putra dan Rumiani. *Jurnal Psikologi Integratif*, 1(1), 156–164.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri, E. M. (2019). *Pengaruh regulasi emosi, adiksi internet dan susceptibility to interpersonal influence terhadap pembelian impulsif online pada remaja.*
- Putri, N. E., Wilson, & Putri, E. A. (2020). Hubungan regulasi emosi terhadap intensitas nyeri haid (dismenore) pada Siswi Sekolah Menengah Pertama Negeri 8 Pontianak. *Jurnal Nasional Ilmu Kesehatan*, 3(2), 51–61.
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh kemudahan, risiko, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Qodriyah, Q., Sutja, A., & Wahyuni, H. (2023). Pengaruh kemampuan mengelola emosi terhadap konsentrasi belajar siswa di SMA Negeri 3 Kota Jambi. *Journal on Education*, 5(4), 10778–10784. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.1991>
- Rahmansyah, H., & Affandi, G. R. (2023). Gambaran regulasi emosi pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan di Surabaya. *Psikologia : Jurnal Psikologi*, 8(1), 1–8.
- Rahmawati, A. (2018). Pengaruh hedonic shopping motivation dan promosi penjualan terhadap emosi positif dan dampaknya terhadap pembelian impulsif dalam e-commerce Berrybenka.com.
- Rakhmawati, D., Suharto, E., & Asia, I. (2024). Perilaku penggunaan layanan paylater studi kasus pada karyawan di Institusi Keuangan. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2).
- Ratnasari, S., & Suleeman, J. (2017). Perbedaan regulasi emosi perempuan dan laki-laki di Perguruan Tinggi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(1), 35–46. <https://doi.org/10.7454/jps.2017.4>
- Resmiadi, N. L., Adhi, N. K. J., & Septiarly, Y. L. (2023). Kemampuan regulasi emosi dan self awareness sebagai prediktor kecemasan pada support buddy di Lisa Helpline Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*,

- 23(1), 522. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2713>
- Rofatul Iliah, L., & Aswad, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif secara online pada masyarakat Kabupaten Kediri. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(3), 209–224.
- Ruslan, & Kurbani, A. (2020). Pengaruh pengawasan dan kemampuan kerja terhadap kinerja pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan. *Jurnal Manivestasi*, 2(1), 94–111.
- Rusmaladewi, Indah, D. R., Kamala, I., & Anggraini, H. (2020). Regulasi emosi pada mahasiswa selama proses pembelajaran daring di Program Studi PG-PAUD FKIP UPR. *Jurnal Pendidikan Dan Psikologi Pintar Harati*, 16(2), 43.
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis peran orangtua dalam mengatasi perilaku sibling rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)
- Sari, R. (2021). Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). The body shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Siti Nabila Jansa, Sulistiasih, M. W. (2024). *Hubungan antara regulasi emosi dengan stres kerja pada karyawan PT. Dunlopillo Indonesia*. 5.
- Suhandoyo, & Abdurrahman. (2023). Dampak keterlambatan pembayaran pengguna shopee paylater dalam akad qardh. *JIEF: Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 65–73. <https://doi.org/10.28918/jief.v3i1.7093>
- Syavardie, Y. (2021). Analisis hubungan psikologis konsumen terhadap minat beli pada Rumah Makan Selamat di Bukittinggi. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 1(1), 58–68.
- Tanpli, Y. E., & Rinaldi. (2020). Pengaruh pada iklan celebrity endorser BTS terhadap impulsive buying behavior pada remaja di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 3457–3463.
- Uyгур. (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>
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada hodshop Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Wulandari, S. D. S., & Khusumadewi, A. (2021). Kesabaran dalam regulasi emosi pada santri di SMA Al Muqoddasah. *ENLIGHTEN (Jurnal Dan Bimbingan Konseling Islam)*, 4(2), 109–126. <https://doi.org/10.32505/enlighten.v4i2.2916>
- Yuliyanti, R. (2020). *Sistem pembelian bahan baku lokal pada PT Akebono Brake Astra Indonesia*.
- Yusniar. (2021). Fenomena impulse buying (pembelian tidak terencana) pada praktik belanja online ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. *Ekonomi Syariah*, 99–121.