

DAFTAR PUSTAKA

- Andraini Indri. 2019. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Wanita Usia Dewasa Awal. Skripsi: Universitas Negeri Jakarta.
- Andre Yulianto. 2019. Pengaruh Harga Diri Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Kedokteran Gigi. Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Muhamadiyah Purwokerto.
- Averill, J. F. *Personal Control Over Averssive Stimuli and It's Relationship to Stress*, Psychological Buletin, No. 80. 1973.
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Dua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Acocella, J. R. & Calhoun, J. F. *Psychology of Adjustment Human Relationship* (3th ed). (New York: McGraw-Hill, 1990).
- Chaplin JP, *Kamus Lengkap Psikologi, Terj. Kartini Kartono* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 450.
- Daeng, Mewengkan, Edmon. Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. e-journal_Volume VI. No. 1. Tahun 2017.
- Dian, Savitrie. 2008. "Pola Prilaku Pembelian Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik Nyla)." *Jakarta: Fakultas Ekonomi, Departemen Manajemen, Universitas Indonesia*.
- Fraenkel, J. & Wallen, N. 1993. *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang:

Universitas Diponegoro

Ghufron, & Risnawati. 2010. Teori-teori psikologi. Ar-Ruzz.

Goldfried dan Merbaum, Behavior Change Through Self-Control (Oxford: APA, 1973).

Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 25-32.

Herabadi, A. G., Verplanken, B., & Knippenberg, A. v. (2009). Consumption experience of impulse buying in indonesia: emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12, 20-31.

Hurlock, E. B. (1993). *Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga.

Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

Hyde, J. S., Mezulis, A. H., and Abramson, L. Y. (2008). The ABC of Depression: Integrating Affective, Biological, and Cognitive Models to Explain the Emerge of the Gender Difference in Depression. *Psychological Review*. 115:291-313.

Indrawati, E. S., & Tripambudi, B. (2018). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati: Universitas Diponegoro*. 7(2), 189.

Lesmana, T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online. *Jurnal EBI*, 5(2), 46–56. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.175>

Lianto Lidya, Kurniawati. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Dewasa Awal. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 5817-5828. E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246. Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Ma'ruf H. (2005). Pemasaran Ritel. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Madhavaram, S.R. dan D.A Laverie. 2004. Exploring impulsive purchasing on the internet. *Advances in Consumer Research*, 31(1): 59-66.

Maharani Daruwati. 2023. Jangan Sampai Terjerat Pinjol, Ini Cara Mencegah

Impulsive Buying. Diposting pada tanggal 20 Maret 2023. <https://www.parapuan.co/read/533734057>. Diakses tanggal 6 Mei 2024 pukul 09.36 Wib.

Mappiare, Andi. (1983). Psikologi Orang Dewasa. Surabaya: Usaha Nasional.

Mary D. Troxell, and Elaine Stone. 1981. Fashion Merchandising. University of Wisconsin, Madison : Gregg Division, McGraw-Hill.

Muzammil, I. F. S., Utami, A. B., & Rista, K. (2022). Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana peranan self-control?. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 385-394.

Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(1), 1–10.

Ningrum, Matulesi. *Self image dan impulsive buying terhadap produk fashion pada dewasa awal*. Fenomena : Jurnal Psikologi Volume 1, No. 1 Juli 2018 ISSN 0854-2104 Website: <http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/fenomena>

Nuraini Dwi. Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo*, Vol 6, No 1, 2018: 92-100 ISSN: 2477-2666/E-ISSN: 2477-2674

Nur Gufron & Rini Risnawita S. *Teori-teori Psikologi*, 2016. 32.

Papalia, D. E., Olds, S. W. and Feldman, R. D. (2004). Human Development. 9th ed. McGraw-Hill. New York. USA.

P, Henrietta. P. (2012). *Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi*, Vol. 11 (2)

Pratami, Kadek Irdayusi. "Pengaruh Financial Attitude, Shopping Lifestyle Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Platform Marketplace Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Buleleng)." (2022).

Rachmadyantika, Rafiqah. *Pengaruh emotional intelligence dan perception of celebrity endorser terhadap impulsive buying produk kosmetik pada wanita dewasa awal di Jabodetabek*. BS thesis. Fakultas Psikologi UIN Syarif

Hidayatullah Jakarta.

- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistik Inferensial untuk Psikologi dan Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Rangkuti, A. A., & Wahyuni, L. D. (2017). *Analisis data penelitian kuantitatif berbasis classical test theory dan item response theory (rasch model)*. Jakarta : Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2018). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Konsumen Online Shop Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat*. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94–97.
- Rochmawan, Laksono Tri. 2008. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Semarang: Anidya.
- Roesbani, Wasia dan Soerjaatmadja, Roesmini. (1984), *Pengetahuan Pakaian*, Balai Pustaka, Jakarta
- Roscoe. (1982). “Research Methods For Business”, New York. Mc Graw Hill.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). *Normative influences on impulsive buying behavior*. *Journal Of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Savitrie, Dian. (2008). *Pola perilaku pembelian produk fashion pada konsumen wanita*: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Soetikno, N., & Arimurti, D. (2020). *Role of Self-Concept and Conformity on Bullies Naomi*. *International Conference on Progressive Education (ICOPE 2019)2*, 442, 299–301. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.5.535>
- Slamet B. *Psikologi Kesehatan* (Jakarta: PT. Grafindo, 1994).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Tasya Putri. 2022. *Hubungan Antara Self Control Dan Kecerdasan Emosi Dengan*

Impulsive Buying Produk Fashion. (Studi pada Remaja Akhir Putri yang Berstatus Mahasiswa UIN Suska Riau). Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Tinarbuko S. 2006. Pola hidup konsumtif masyarakat Yogya. Jakarta: Erlangga.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(S1), S71-S83.

Verplanken, B., & Sato, A. (2011, March 26). The psychology of impulse buying: an integrative self-regulation approach. *J Consum Policy*, hal. 197-210.

Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero:Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>

Yusuf Blegur, *Soft Skill untuk Prestasi Belajar* (2019: Scopindo Media Pustaka, 2019), 171. 4

Zafar, A. U., Qiu, J., Shahzad, M., Shen, J., Bhutto, T. A., & Irfan, M. (2021). Impulse buying in social commerce: bundle offer, top reviews, and emotional intelligence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(4), 945–973. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2019-0495>.

Zikra, R., & Yusra, Z. (2017). *Kepuasan wanita berbelanja produk fashion berdasarkan cara membeli*. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 7(1), 55-66.