

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, E. (2015). Perilaku pembelian tidak terencana (impulse buying) di Pusat perbenjaan modern di Surabaya. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 155-180.
- Artikel ini telah tayang di databoks.katadata.co.id dengan judul “Berapa Pembeli Digital Indonesia?”. Diakses 23 Oktober 2019 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia>.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baba, A. M. (2018). Hubungan penyesalan pasca pembelian dengan intensi membeli kembali melalui media online shop pada mahasiswi psikologi Universitas Medan Area. *Skripsi*. Universitas Medan Area.
- Bushra, A., & Bilal, A. (2014). The relationship of compulsive buying with consumer culture and post-purchase regret. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 8(3), 590-611.
- Connolly, T., & Zeelenberg, M. (2002). Regret in decision making. *Current directions in psychological science*, 11(6), 212-216.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self esteem*. San Fransisco: Freeman Press.
- Dittmar, H., & Drury, J. (2000). Self-image—is it in the bag? A qualitative comparison between “ordinary” and “excessive” consumers. *Journal of economic psychology*, 21(2), 109-142.
- Feeney, A., Gardiner, D. R., Johnston, K., Jones, E., & McEvoy, R. J. (2005). Is regret for inaction relatively self-enhancing? *Applied Cognitive Psychology*, 19, 761-777. Doi: 10.1002/acp.1113
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh revolusi industri pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1-8.
- Handayani, W. C., & Renanita, T. (2019). Hubungan antara persepsi terhadap celebrity endorser dan kecenderungan pembelian kompulsif online. *Psychopreneur Journal*, 2(2), 103-113.

- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, & Best, R.J. (2007). *Consumer behaviour building marketing strategy*. New York: Mc Graw Hill.
- Heatherton, T. F. & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 895-910.
- Hellén, K., & Sääksjärvi, M. (2011). Is consumer self-confidence a stable phenomenon? The effect of mood on self-confidence dimensions. *Journal of Customer Behaviour*, 10(3), 223–243. Doi:10.1362/147539211x602496
- Iskandar, L. M. (2013). Penyesalan pasca pembelian ditinjau dari big five personality. *Jurnal Psikologi*, 40(1), 81-91.
- Kartiko, G., Djajanto, L., & Yudomardjono, Y. S. (2019). Model perlindungan hukum bagi konsumen melalui peraturan presiden (perpres) no 74 tahun 2017 tentang peta jalan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik di era revolusi industri 4.0. *In Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Universitas Asahan*, 545-554.
- Lee, S. H., & Cotte, J. (2009). Post-purchase consumer regret: Conceptualization and development of the PPCR scale. *ACR North American Advances*.
- Lubis, T. Y. (2018). Gambaran penyesalan pasca pembelian konsumen wanita yang berbelanja pada online shop shopee. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Lumintang, F. F. (2013). Pengaruh hedonic motives terhadap impulse buying melalui browsing, dan shopping lifestyle pada online shop. *Doctoral dissertation*. Widya Mandala Catholic University.
- Margrit, A. (2018, 28 November). Perempuan Indonesia paling banyak gunakan internet untuk media sosial. *Teknologi Bisnis*. Diakses 23 Oktober 2019 dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20181128/105/863944/perempuan-indonesia-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-media-sosial>.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- M'Barek, M. B., & Gharbi, A. (2011). The moderators of post purchase regret. *Journal of Marketing Research & Case Studies*, 1-16. Doi: 10.5171/2011.511121
- Moakhar, S. V., Shafiq, N., Zerafat, R., & Sohae, R. (2018). The effect of regret determinants on consumers' post-purchase behavior in urban shopping complex building. *Management Research and Practice*, 10(2), 63-77.

- Pratomo, Y. (2019). "APJII: jumlah pengguna internet di indonesia tembus 171 juta jiwa". *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.
- Priansa, Donni Juni (2017). *Perilaku konsumen*. Alfabeta. Bandung
- Purba, N. R. R. (2018). Hubungan locus of control dengan penyesalan pasca pembelian produk kosmetik pada mahasiswi. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Raghunathan, R., & Pham, M. T. (1999). All negative moods are not equal: Motivational influences of anxiety and sadness on decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 79(1), 56-77.
- Roese, N. J., & Olson, J. M. (1993). Self-esteem and counterfactual thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(1), 199.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sandha, T., Hartati, S., & Fauziah, N. (2018). Hubungan antara self esteem dengan penyesuaian diri pada siswa tahun pertama SMA Krista Mitra Semarang. *Empati*, 1(1), 47-82.
- Santrock, J. W. (2011). *Perkembangan anak*. Jakarta: Erlangga.
- Srisayekti, W., & Setiady, D. A. (2015). Harga-diri (Self-esteem) terancam dan perilaku menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 141-156.
- Triwahyuningsih, Y. (2017). Kajian meta-analisis hubungan antara self esteem dan kesejahteraan psikologis. *Buletin Psikologi*, 25(1), 26-35.
- Widy, D. S. (2019). Dampak satisfaction pada bisnis e-commerce dalam menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi dan Akutansi*, 1(1), 102-113.
- Yovirizka, I. U., & Wahjoedi, W. (2018). Trend keputusan belanja online mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 41-47.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2007). *A theory of regret regulation 1.0*. *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3–18. Doi:10.1207/s15327663jcp1701\_3