

DAFTAR PUSTAKA

23 September, kasus harian covid <https://covid19.go.id/> diakses pada 24 September 2020.

Albarry, M Dahlan. 1994. Kamus Ilmiah Populer, Surabaya: Artkola

Ayuning, S. C. (2019). Pengaruh promosi penjualan terhadap impulse buying produk pada aplikasi shopee Indonesia (survei pada mahasiswa aktif Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Skripsi*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Berne, P. H., & Savary, L. M. (1988). *Membangun harga diri anak*. Kanisius, Yogyakarta.

Bernichon, T. C. K. E. & Brown, J. D. (2003). Seeking self-evaluative feedback: the interactive role of global self-esteem and specific self-views. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 194-204

Black, D. W. & Kuzma, J. M. (2006). Compulsive shopping: when spending begins to consume the consumer. *The Journal of Family Practice*, 5(7).

Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 6(1), 14-18.

Bloch, P. H., Ridgway, N. M., & Dawson, S. A. (1994). The shopping mall as consumer habitat. *Journal of Retailing*, 70:23-42.

Baron, R. A & Nyla R. Branscombe. (2014). *Social Psychology*. Thirteenth Edition. New York: Mc Graw Hill.

Christenson, G. A., Faber, R. J., & Mitchell, J. E. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatry*, 55(12), 545-546.

Coopersmith, Stanley. 1967. *The Antecedents of Self Esteem*. San Fransisco : Freeman Press.

De Fritz, P. Q. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kimia Farma Official Shop di E-Marketplace Shopee).

- DeSarbo & Edwards. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: a constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231-262.
- Dewi. (2013). Perilaku konsumen. Palembang : Penerbit Citrabooks Indonesia.
- Ditasari, V. (2014). Pengaruh materialism happiner, matrealism centrality dan matrealism success terhadap impulsive buying behavior dan efeknya pada compulsive buying behavior. *Skripsi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dittmar, H. (2005). *Compulsive buying – a growing concern? an examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors*. *British Journal of Psychology*, 96, 467-491.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial counseling and planning*, 4(1), 67-84.
- Ekowati, T. (2009). Compulsive buying: Tinjauan pemasar dan psikolog. *Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis*, (1).
- Faber & O’Guinn. (1989). *Compulsive buying: a phenomenological exploration*. *Journal of Consumer Research*, 16 (2).
- Fajar, A.R. & Suharyono. (2017) Pengaruh motivasi pembelian dan harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif produk fashion (survei pada produk fashion Malang Town Square di kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 48(1), 19-27.
- Gora, P. I. (2011) .*Self-Esteem: Key To Personal Success*. United States: Xlibris Corporation.
- Gwin, C. F., Roberts, J. A., & Martínez, C. R. (2005). Nature vs nurture: The role of family in compulsive buying. *Marketing Management Journal*, 15 (1), 95–107.
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hasibuan. (2010). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja putri. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- 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.

<https://covid19.who.int/> diakses pada tanggal 24 September 2020

- Hurlock, E. B. (1990). Psikologi Perkembangan: Suatu perkembangan dalam Rentang Kehidupan. Jakarta: PT Erlangga
- Kurnia, Laili. (2012). Hubungan antara *Self Esteem* dan *Compulsive Buying* pada Wanita Dewasa Muda. *Skripsi*. Depok, Jakarta. Indonesia : Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia.
- Kusuma, D. F. & Septarini, B. G. (2013). Pengaruh orientasi belanja terhadap intensi pembelian produk pakaian secara online pada pengguna online shop. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 2(1), 01-10.
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & Crask, M. R. (2003). Diagnostic screener for compulsive buying: Applications to the USA and South Korea. *Journal of Consumer Affairs*, 37(1), 161-175
- Lee, Workman. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 1:3.
- Lestari, A. P. & Syarweni, N. (2020). Covid-19 mengubah perilaku konsumen masyarakat. *Naskah Publikasi*, Politeknik Negeri Jakarta.
- Mangestuti, Retno. (2014). Model pembelian kompulsif pada remaja. *Disertasi*, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Marheni, K. D. (2020). Analisis faktor financial attitude, financial behavior, financial knowledge, propensity to indebtedness, compulsive buying dan materialism terhadap financial literacy di masyarakat kota batam. [versi elektronik]. *Jurnal Rekaman*, 4(2). 210-219. Diunduh dari: <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/index>
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- Meidika, Y. S., Suprpto, S., & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada e-commerce (studi kasus: Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682-5690.
- Mohanraj, M. dan Sakthivel, M. (2016). Customer perception about online shopping. *International Education and Research Journal*. 2(7), 65-66
- Myers, David. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Salemba Humaika

- Nielsen. (2017, februari 2). *Nielsen: Optimisme Konsumen Indonesia Peringkat Lima Besar Dunia*. Dipetik agustus 11, 2022, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/02/23/nielsen-optimisme-konsumen-indonesia-peringkat-lima-besar>
- Osydea, R. A. (2018). *Pengaruh perilaku pembelian kompulsif ditinjau dari gaya hidup Hedonisme dan Perfeksionisme pada Mahasiswa program studi Public Relation Universitas Brawijaya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Palupi, Asti. (2007). Hubungan antara harga diri dengan tipe kepribadian extravert pada remaja. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial. <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-millennial> di akses pada 24 September 2020
- Permana, Hadi. & Djatmiko, Tjahono. (2018). Analisa pengaruh layanan elektronik (e-service quality) terhadap kepuasan pelanggan shopee di Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(2), 201-215.
- PMK_No_9_Th_2020_ttg_Pedoman_Pembatasan_Sosial_Berskala_Besar_Dalam_Penanganan_COVID. <http://hukor.kemkes.go.id> di akses pada 24 September 2020
- Putra, A. H., Said, Syahnur., & Hasan, Sabri. (2017). Pengaruh karakteristik toko dan produk bagi konsumen di Indonesia terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2), 8-19
- Rangkuti, Elviana Fitri. (2016). Hubungan antara *Self Esteem* dengan Perilaku *Compulsive Buying* pada Remaja Penggemar Hallyu Wave Anggota Aktif Bandung Korea Community (HANSAMO). *Skripsi*. Bandung, Jawa Barat. Indonesia : Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung.
- Robert, J. A. & Jones, E. (2001). Money attitude, credit card use, and compulsive buying among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*.
- Sagita, G. P., Hartanto, B., & Husna, N. (2019). Generasi gap: analisa pengaruh perbedaan generasi terhadap pola komunikasi organisasi di perusahaan consumer goods di kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*, 20 (1), 36-43
- Sari, Chaca. A. (2015). Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*, 4(2), 206-216
- Sari, R. Kumala. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying Pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1).

- Sari, R. P., Rejeki, T., & Mujab, A. (2006). Pengungkapan diri mahasiswa tahun pertama Universitas Diponegoro ditinjau dari jenis kelamin dan harga diri. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, 3(2).
- Setiadi, J. N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sholihah, Z., & Dwi, A.Y. (2014). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Compulsive Buying Pada Remaja Di Pesantren. *Naskah Publikasi*. Universitas Islam Indonesia.
- Sudah tahu kelebihan shopee dibanding e-commerce lainnya? <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/sudah-tahu-kelebihan-shopee-dibanding-e-commerce-lainnya/> diakses tanggal 13 Agustus 2020
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tentang Shopee <https://careers.shopee.co.id/about/> diakses tanggal 13 Agustus 2020.
- Turban, E., David, K. J., & Lee, T. D. Turban. (2012). *Electronic commerce*. 7th; United State; Pearson.
- WHO. (2020). WHO Director-General's remark at the media briefing on 2019-nCov on 11 February 2020. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals> diakses tanggal 24 September 2020.
- Wibawa, P. M. & Persada, B. M. (2018). Identifikasi perilaku compulsive buying pada mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni Pomits*, 7(1), 2337-3520.
- Workman, L. (2010). The essential structure of compulsive buying: A phenomenological inquiry (Dissertation). *Management Information Systems*, Utah State University
- Workman, L., & Paper. (2010). Compulsive buying : a theoretical framwork. *The Journal of Business Inquiry*, 91-92.
- Wulandari, A. E. (2012). Hubungan antara harga diri dan perilaku membeli kompulsif (*compulsive buying*) pada remaja puteri. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Yuliana, Y. (2020). Corona virus diseases (Covid-19): Sebuah tinjauan literatur. *Wellness And Healthy Magazine*, 2(1), 187-192. .

Yuliati, L. N. & Simanjuntak, Sylvia. Persepsi manfaat dan resiko dalam perilaku pembelian konsumen online shop. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 4(2), 173-181