

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia & Soerjoatmodjo, G. W. L. (2017). Perilaku Belanja Impulsif dan Harga diri. Artikel Penelitian.
- Agustin, L. T., & Sarsono, S. (2018). Pengaruh Locus of Control Eksternal terhadap Pembelian impulsif pada Mahasiswa dengan Jenis Kelamin sebagai Variabel Moderator. *Turats: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.15548/turast.v6i1.694>
- Andrews, B. (1998). Self-Estimm. *Psychologist*, (July), 339–342.
- 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>
- Aprilianty, F & Purwanegara, M. (2015). *Neuromarketing: Sains dalam marketing*.
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron & Byrne. (2004). *Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh*. Penerbit Erlangga
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-ontrol Failure, Impulsif Purchasing, and Consumer Behavior including the books *Evil: Inside Human Violence and Cruelty*, *Meanings of Life*, *Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*, and *The Social Dimension of Sex*. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Bedford, E. (2020, April) share of purchases bought on impulse in the United States as of 2018, by age group. Retrived <https://www.statista.com/statistics/826442/share-of-purchases-bought-on-impulse-by-age-us>
- Chaplin. 2011. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedent Of Harga diri*. San Francisco, W. H. Freeman. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bs.3830150212>
- Dewi, N. (2018). Pengaruh antara harga diri dengan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja akhir. *Skripsi*
- Engel, J.E, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen*, Edisi keenam, Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Gasiorowska, A, Zaleskiewicz, T., & Wyangrab, S. (2012). Would you do something for me? The effects of money activation on social preferences and social behavior in young children. *Journal of Economic Psychology*, 33, 603-608.
- Ghufron, M.N dan Risnawati, R.S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Guindon, H. M. (2009). *Harga diri Across the Lifepan*. New York. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203884324>
- Goleman, D. (2002). *Working with emotional intelligence* (terjemaha Alex Tri Kantjono W). Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Faradiba, T., & Nugrahawati, E. N. (2017). Pengaruh Antara Harga diri dengan Impulse Buying pada Anggota Komunitas Mobil X Kota Bandung. vol 3, no, 554–560.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Pengaruh Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri Bukittinggi Terhadap Produk Pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2017), 3737–3743. Retrieved from <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1454>
- Hastuti, S. H. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Sifat Kepribadian Terhadap Pembelian Impulsif*.
- Hatane Samuel, Annette Veronica Kosasih, & Hellen Novia. (2007). Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2). Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17005>
- Ii, B. A. B. (1987). Pengaruh Harga Diri..., Andre Yulianto, Fak. Psikologi UMP 2019, 9–21.
- Josefid, K. (2021, Januari 20). Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswa. Diakses dari [https://www.kompasiana.com/josefidkeitharo4198/6007ad378ede480d2219e382/perilaku-belanja-online-di-kalangan-mahasiswa?page=all&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/josefidkeitharo4198/6007ad378ede480d2219e382/perilaku-belanja-online-di-kalangan-mahasiswa?page=all&page_images=1)
- Kerns, J. G., Cohen, J. D., MacDonald, A. W., Cho, R. Y., Stenger, V. A., & Carter, C. S. (2004). Anterior Cingulate Conflict Monitoring and Adjustments in Control. *Science*, 303(5660), 1023–1026. <https://doi.org/10.1126/science.1089910>
- K-pop, P. R. P., & Novita, E. (2021). Pengaruh Antara Harga Diri Dengan Perilaku Pembelian impulsif, 21(2), 79–86.
- Larasati, M.A & Budiani, M. S. (2014). Pengaruh Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Jurnal Character*. Vol. 02. Nomor 3 tahun 2014.
- Lidwina, A. (2021, April 21). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

- Lin, Y., & Chuang, C. (2005). Adolescents impulse buying: Susceptibility to interpersonal influence and fear of negatif evaluation. *Journal Of Social Behavior and Personality*, 40 (3), 353-358.
- Loudon, D. L. & Bitta, D. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc. Grow-Hill, Inc.
- Mairoslianti, W., & Fikri, Z. (2021). Pengaruh Harga diri Dengan Pembelian impulsif Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Perhotelan dan Pariwisata Universitas Negeri Padang. *Socio Humanus*, 3(1), 186–195. Retrieved from <https://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum/article/view/244>
- Mamuaya, N. C. (2018). The Effect of Sales Promotion and Store Atmosphere on Hedonic Shopping Motivation and Pembelian impulsif Behavior in Hypermart Manado City. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 13(1), 83. <https://doi.org/10.19166/derema.v13i1.785>
- Maryati, H., Alsa, A., & Rohmatun. 2007. Kaitan Kematangan Emosi Dengan Kesiapan Menghadapi Perkawinan Pada Wanita Dewasa Awal Di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. Vol. 2. No.2. Hal25-35.
- Mowen, C. John. Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, R. A. (2020, Oktober 20). Pengertian Internet, Sejarah, Perkembangan, Manfaat, dan Dampaknya. Diakses dari <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-internet/>
- Nurihsa, J. A & Agustin, M. 2011. *Dinamika Perkembangan Anak dan Remaja: Tinjauan Psikologi, Pendidikan, dan Bimbingan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Rook, D. W. (1987). The perilaku pembelian impulsif. *Journal of Consumer Research*. 14(2), 305-313.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on pembelian impulsif behavior. *Journal Of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Rosenberg. M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. USA: Princeton University Press.
- Sarah. P. (2017). Pengaruh antara kematangan emosi terhadap pembelian impulsif pada wanita bekerja. *Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Sarah, Y. (2020). Pengaruh Antara Harga Diri Dan Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi. Retrieved from <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/28683>
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 205–216.
- Schiffman, L.G., and L.L. Kanuk. (2004). 8 th edition. *Consumer Behavior Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc*

- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoslamedia Jurnal Psikologi*. 2(2), 170-183
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A. (2018). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah: Konsep, Teori, dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Sosianika, A., & Juliani, N. (2017). A Study of The Impulsive Buying Behavior Comparison based on Consumer's Characteristics. *Sigma-Mu*, 9, 9–18.
- Peilouw, F. J., & Nursalim, M. (2013). Pengaruh Antara Pengambilan Keputusan Dengan Kematangan Emosi dan Self-Efficacy Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 1.
- Psikologi, F., Sanata, U., & Yogyakarta, D. (2012). Pembelian impulsif Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Putra, F. K. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, usia dan gender terhadap pembelian impulsif produk fashion (survey pada konsumen produk fashion di Malang Town Square). *Manajemen Bisnis*. 6(1).
- Utami, A.F dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. 1 (3), 46-57.
- Veronica, A. D. (2021, Januari 01). Dampak Positif dan Negatif Belanja Online. Diakses dari <https://kumparan.com/veronica-agustina/dampak-positif-dan-negatif-belanja-online-1utWftT5LPA>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(1), 71-83
- Wahyu, A., & Hamidah, W. &. (n.d.). *Hubungan Tingkat Harga Diri Dengan Pembelian Impulsif Pada Individu Dewasa Awal Pemain Permainan Online*. <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/BRPKM>
- Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito, B. (2010). *Bimbingan dan Konseling dalam Perkawinan*: Yogyakarta: Andi Offset.
- Winantri, N. N., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2016). Pengaruh kondisi emosi dan store atmosphere terhadap impulse buying di indomaret cabang desa tampaksiring tahun 2016. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 7(2).
- Yusuf, syamsu. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. 2006. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hurlock 2007? Goleman 2003, Hurlock haryati 2013,

