

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Alika, R. (2021). Indef: e-commerce ciptakan ketimpangan ekonomi Indonesia. Diakses 10 April 2021 dari <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/6046143152b22/indef-e-commerce-ciptakan-ketimpangan-ekonomi-indonesia>
- Anjani, R. (2017). Penelitian membuktikan belanja tidak bisa bikin orang bahagia. Diakses 10 November 2019 dari <https://wolipop.detik.com/sale-and-shop/d-3502375/penelitian-membuktikan-belanja-tidak-bisa-bikin-orang-bahagia>
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku impulse buying dan interaksi sosial dalam pembelian di masa pandemi. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 5 (1)
- Badan Pusat Statistika. (2019). *Indeks tendensi bisnis dan indeks tendensi konsumen 2019*. Jakarta: Biro Pusat Statistika.
- Badan Pusat Statistika. (2020). *Hasil sensus penduduk 2020 di Kabupaten Purworejo*. Purworejo: Biro Pusat Statistika.
- Bandura, A. (1991). *Social cognitive theory of selfregulation*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998) Impulse buying: modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74, 169-191
- Cervone, Daniel dan Pervin, Lawrence A. (2012). *Kepribadian: teori dan penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Chariris, M. (2019). *Online shop, simple dan praktis, tapi harus selektif*. Diakses 24 November 2020, dari <https://radarmojokerto.jawapos.com/read/2019/01/26/115958/online-shop-simple-dan-praktis-tapi-harus-selektif>
- Chita, C. M. R., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas

- kedokteran universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*. 3(1)
- Data Statistik Pendidikan Islam. (2020). *Data nasional lembaga*. Jakarta: Kementrian Agama RI.
- Diananda, A. (2018). Psikologi remaja dan permasalahannya. *Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1 (1), P-ISSN 1979-2824
- Dittmar, Norbert. (1976). *Sociolinguistic: a critical survey of theory and application*. London: Adward Arnold.
- Diba, S. D. (2014). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda. *eJournal Psikologi*. ISSN: 0000-0000 1 (3), 313-323
- Fakhrurrazi. (2019). Karakteristik anak usia murahiqah (perkembangan kognitif, afektif dan psikomotorik). *Jurnal Ilmu Pendidikan*. 6(1). P-ISSN: 2406-808X / E-ISSN: 2550-0686. doi.org/10.32505/ikhtibar.vol 6i1.pp60
- Gasiorowska. A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10 (2)
- Ghani, Usman, Imran, Muhammad & Ali, Jan Farzand. (2011). The impact of demographic characteristics on impulse buying behavior of urban consumers in peshawar. *International Journal of Academic Research*, 3(5). II Part.
- Ghufron, & Risnawati. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasanah, U. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada penjualan online (Studi kasus pada mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang). *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Henderson. B, Steuart. (1966). *Consumer behavior and the behavioral sciences*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Hurlock, E. B. (1999). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*, (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Husna, N. A., Hidayati, F. N .R & Ariati, J. (2014). Regulasi diri mahasiswa berprestasi. *Jurnal Psikologi Undip*, 13 (1), 50-63

- Indrajaya, S. (2016). Analisa pengaruh kemudahan belanja, kualitas produk belanja di toko online. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Jilid 5, Nomor 2, 134 – 141.
- Islahuddin, & Syaifudin, N. (2020). Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial. Diakses 11 Agustus 2020 dari [https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari milenial](https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial)
- Istriyanti, N. L. A., & Simarmata, N. (2014). Hubungan antara regulasi diri dan perencanaan karir pada remaja putri Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1 (2), 301- 310
- Iyer, E. S. (1989). Unplanned purchasing: knowledge of shopping environment and time pressure. *Journal of Retailing*, 65(1), 40-57
- Kasih, P. A. (2020). Pakar Unair: pandemi covid-19 membuat masyarakat cenderung lebih konsumtif. Diakses September 2020, dari <https://edukasi.kompas.com/read/2020/07/17/161944571/pakar-unair-pandemi-covid-19-membuat-masyarakat-cenderung-lebih-konsumtif>
- Kurniawati, M. (2020). Ancaman perilaku konsumtif di tengah pandemi corona. Diakses 06 Desember 2020 dari <https://money.kompas.com/read/2020/04/02/191400326/ancaman-perilaku-konsumtif-di-tengah-pandemi-corona?page=all>
- Kusumawardani, O. & Aqmala, D. (2014). Pengaruh faktor eksternal dan faktor internal terhadap impulse buying studi kasus di Alfamaret Citarum Raya Semarang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 5(2)
- LaRose, R. (2001). On the negative effects of e-commerce: A sociocognitive exploration of unregulated on-line buying. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 6, Issue 3
- Larry. A., Daniel Hjelle, & Ziegler, J. (1981). *Personality theories: basic assumptions, research and applications* (2nd ed.). New York: Mc Grew Hill.
- Lin, Chien-Huang & Lin, Hung-Ming. (2005). *An Exploration of taiwanese adolescents' impulsive buying tendency. adolescence*; 40, 157; *ProQuest Sociology*, pg. 215
- Loudon, D. L. & Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior and Application* (4th ed.). Singapore: McGraw-hill.
- Munandar, A.S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

- Marianty, R. & Junaedi, M. F. S. (2014). Pengaruh keterlibatan fashion emosi positif dan kecenderungan konsumsi hedonik terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Magister Manajemen*. p.1-15
- Monks, F.J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2006). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pres.
- Muhrim, Palilati A. dan Patwayati. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement, pre-decision stage, dan post-pecision stage terhadap impulse buying behavior. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Organisasi*, 2(3), 01-11. e-ISSN 2502-4175
- Nofian, A. (2020). Kredivo & Katadata Insight Center: Transaksi E-Commerce Terus Meningkat. Diakses 10 Februari 2021 dari <https://goodmoney.id/kredivo-katadata-insight-center-transaksi-e-commerce-terus-meningkat/>
- Park, E. J. (2006). A Structural model of fashion oriented impulsive buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4)
- Permana, E. A., Reyhan, M. A., Rafli, H., & Rakhmawati, A.N. (2021). Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32-37, ISSN: 2615-224X. doi: 10.33365/jti.v15i1.868
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O.P. (2005). *Personality: theory and research*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2010). *Psikologi kepribadian: teori dan penelitian* (9th ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Pisani, L. (2017). Hubungan antara regulasi diri dengan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja akhir terhadap produk barang. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Pontoh, M. E., Moniharapon, S., & Roring, F. (2017). Pengaruh display produk dan store atmosphere terhadap impulse buying pada konsumen matahari department store mega mall Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1823 – 1833
- Pradipto, D. Y., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2016). Think again before you buy: The relationship between selfregulation and impulsive buying behaviors among Jakarta young Adults. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222 (2016), 177–185

- Purwanti, N. I., Khoerunnisa, R., Prasetyanto, A. E., & Annisa, F. R. (2013). Mengkaji perbandingan pola perilaku konsumen di pasar modern (retail) dan di pasar tradisional. Program kreativitas mahasiswa-penelitian, 1–7. Diakses 05 Desember 2020 dari <http://artikel.dikti.go.id/index.php/PKM-P/article/view/60>
- Purwanto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Pustaka Pelajar.
- Quipper. (2018). Nggak kalah keren, simak Sederet fakta unik anak IPS berikut ini. Diakses 02 November 20220 dari <https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/fakta-unik-anak-ips/>
- Ranesia. (2020). 10 Perbedaan karakter anak IPA dan IPS yang perlu kamu tau. Diakses 02 November 2020 dari <https://www.renesia.com/10-perbedaan-karakter-anak-ipa-dan-ips/>
- Rook, D.W. & Fisher, R.J. (1995) Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 3(22), 305-313
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199
- Rusidah. (2019). Hubungan antara konsep diri (self concept) dengan perilaku konsumtif pada siswa Madrasah Aliyah Negeri 3 Banjar. *Skripsi*. Banjarmasin: Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Jurusan Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam Banjarmasin.
- Santosa, S. (1998). *Dinamika kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sari, E. A. (2014). Analisis faktor yang mempengaruhi pembelian spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 13(1), 55–73.
- Sarwono, S. W. (2011). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L. G & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen* (7th ed.). Jakarta: PT INDEKS.
- Septila R. & Aprilia D.E. (2017). Impulse buying pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), ISSN:2548-4044
- Setiadi, W. M. I. & Warmika K. G. I. (2015). Pengaruh fashion involvement terhadap *impulsive buying* konsumen fashion yang dimediasi positive emotion di kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 4(6), ISSN: 2302 – 8912

- Sibarani, L.D. (2019). Pengaruh citra diri terhadap pembelian impulsif pada dewasa awal di Jakarta. *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Pendidikan Psikologi. Universitas Negeri Jakarta.
- Sigalingging, D. E. & Sitepu, J. (2020). Pengaruh costomer behavior dan e-commerce terhadap pasar modern di kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), e- ISSN: 2614–1930
- Siregar, F. N. & Rini, K. Q. (2019). Regulasi diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja perempuan yang berbelanja online. *Jurnal Psikologi*, 12(2). doi.org/10.35760/psi. 2019. v12i2.244
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulaiman, J. J. (2016). Belanja atau Belanja Kompulsif ?: Antara Kesenangan dan Perasaan Kosong, 2 (7), ISSN 2477-1686. Diakses 04 Desember 2020 dari <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/72-belanja-atau-belanja-kompulsif-antara-kesenangan-dan-perasaan-kosong>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen* (2nd ed.), Bogor: Ghalia Indonesia.
- Taylor. (2009). *Psikologi sosial* (12th ed.). Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Verplankn, B. & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15, S71-S83
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210. doi: 10.1007/s10603-011-9158-5
- Wardani, A. M. (2010). Hubungan antara regulasi diri dan kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Remaja Tengah. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma.
- Wibawanti, R., & Rahmah. (2016). Hubungan Peran Ayah Terhadap Pemenuhan. *Jurnal Kebidanan dan Keperawatan*, 12 (2), 173-180
- Winawan, B. & Yasa, K. N. N. (2014). Pengaruh penataan produk, jenis kelamin, dan daftar belanja terhadap keputusan pembelian tidak terencana (studi kasus pada konsumen ritel di kota Denpasar). *Jurnal Manajemen*, 3 (7), ISSN 2302–8912

- Yu, C., & Bastin, M. (2010). Hedonic shopping value and impulse buying behavior in transitional economies: A symbiosis in the mainland China marketplace. *Journal of Brand Management*, 18(2), 105-114.
- Zebardast, A., Besharat, M. A., & Haghightgoo, M. (2011). The relationship between self-efficacy and time perspective in students. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 30, 935–938
- Zimmerman, B. J. (1989). A social cognitive view of self-regulated academic learning. *Journal of Educational Psychology*, 81, 329-339.