

DAFTAR PUSTAKA

- Ambara, G.B.B. (2014). Hubungan antara Intensitas Mengunjungi Toko Online Dengan Kecenderungan Pembelian Impulsif Secara Online Pada Remaja Skripsi. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Anin, A., Rasimin, B. S. & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal psikologi*, 35(2), 181-193
- Ardiantari, M. & Wicaksana, S.A. (2019). Pengaruh Big Five Personality Trait Dan Sikap Tentang Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Pancasila*. 1-12
- Astari, A.R. & Sahrah, A. (2006). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi*, Vol. 2
- Astari, L. W., & Widagda K, I. (2014). Pengaruh perbedaan jenis kelamin dan kontrol diri terhadap keputusan pembelian impulsif produk parfum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 546-560
- Azwar, Saifuddin. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. ISBN 978-602-229-732-1
- Chaplin, J.P. (2006). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

- Fauzia, M. (2019, 4 April). Perempuan Indonesia Belanja Online: Impulsif hingga Tergiur Gratis Ongkir. *Kompas*. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2019/04/04/123029126/perempuan-indonesia-belanja-online-impulsif-hingga-tergiur-gratis-ongkir?page=all>
- Feist, J., Feist, G., Roberts, T. (2017) Teori kepribadian: *Theories of personality* (8th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Gani, H. A. (2005). *Konsumerisme: Kegagalan umat memaknai shiyam*. Diakses Dari <Http://Www.DilibRARY.Net>
- Hadyan, A., Mariyanti, S. & Safitri. (2020). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Esa Unggul Yang Melakukan Pembelian Secara *Online Shopping*. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 9-16
- Hausman, A. (2000). A Multi-Method Investigation of Consumers Motivations Impulse Buying Behavior. *Journal of Consumer Marketing*. 17(5), 403-19
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 1-6. doi: <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Hidayat, T. (2008). *Panduan membuat toko online dengan os commerce*. Jakarta: Mediakita.

- Hubert, M., Florack, A., Linzmajer, M., Kenning, K. (2013). Neural Correlates of Impulsive Buying Tendencies during Perception of Product Packaging. *Journal Psychology & Marketing*, 30, 861-873. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.20651>
- Indraswari, G.R. & Martono, S. (2016). Pengaruh promosi terhadap impuls buying dengan gender sebagai variabel dummy. *Management Analysis Journal*, 5 (2), 116-122
- Indrayani, F. (2016). “Hubungan kepribadian neurotik dengan impulsive buying pada remaja di Tarakan”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Isnaini, H. (2022, 27 Januari). Toko Resmi di Belanja Online Makin Menjamur Ini Pilihan Konsumen. *Sindonews*. Diakses dari <https://ekbis.sindonews.com/read/669649/34/toko-resmi-di-belanja-online-makin-menjamur-ini-pilihan-konsumen-1643299282>
- Karbasivar, A. & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 2(4), 174-181
- Lahath, A., Omar, N.A., Ali, M.H., Tseng, M.L., Yazid, Z. (2021). Exploring food waste during the COVID-19 pandemic among Malaysian consumers: The effect of social media, neuroticism, and impulse buying on food waste. *Elsevier*, 28(2001), 519-531. doi: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.06.008>

- Liao, S.L., Shen, Y.C., Chu, C.H. (2009). The effects of sales promotion strategy, product appeal and consumer traits on reminder impulse buying behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 33(274-284). doi: <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00770.x>
- Luo, H., Chen, J., Li, S., Nie, Y., Wang, G. (2021). Social Exclusion and Impulsive Buying among Chinese College Students: The Mediating Role of Self-Esteem and the Moderating Role of Risk Preference. *Int J Environ Res Public Health*, 18(21):11027. doi: [10.3390/ijerph182111027](https://doi.org/10.3390/ijerph182111027)
- Miranda, Y.C. (2016). Kajian terhadap faktor yang mempengaruhi impulse buying dalam online shopping. *Jurnal Kompetensi*, 10(1), 64-76
- Monks, F., Knoer, A., & Haditono, S. R. (2006). Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- O'Creevy, M.F., Dibb, S., Furnham, A. (2018). Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: Can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation. *Journal Psychology & Marketing*, 35(178-188) <https://doi.org/10.1002/mar.21078>
- Olsen, S.O., Tudoran, A.A., Honkanen, P. & Verplanken, B. (2015). Differences and Similarities between Impulse Buying and Variety Seeking: A Personality-based Perspective. *Journal Psychology & Marketing*, 33(36-47). doi: <https://doi.org/10.1002/mar.20853>

- Ompi, A.P., Sepang, J.L., Wenas, R.S. (2018). Analisis faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pembelian impulsif produk fashion di outlet cardinal mega mall manado. *Jurnal EMBA*. 6(4), 2918 – 2927
- Parsad, C., Prashar, S. & Vijay, T.S. (2019). Comparing Between Product-Specific and General Impulse Buying Tendency: Does Shoppers' Personality Influence Their Impulse Buying Tendency?. *Asian Academy of Management Journal*, 24(2), 41–61. doi: <https://doi.org/10.21315/aamj2019.24.2.3>
- Permana, N. S. & Adelina, I. (2021). Hubungan Trait Kepribadian dan Impulse Buying pada Pengguna E-Commerce “X”. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 1-9
- Pervin, Cervone, John. (2005). *Personality theory and research*. New York : John Willey.
- Pratiwi, Indah. (2017). Pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelajaran impulsive untuk produk fashion di online shop pada mahasiswa jurusan ekonomi undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (1), 98-106
- Premananto, G.C. (2007). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Impuls dengan Pendekatan Psikologis Lingkungan dan Rantai Kausalitas. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Universitas Sanata Dharma*, 10(2)
- Rook, D.W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14 (2), 189-199

- Saad, M. & Metawie, M. (2015). Store Environment, Personality Factors and Impulse Buying Behavior in Egypt : The Mediating Roles Of Shop Enjoyment and Impulse Buying Tendencies. *Journal of Bussiness and Management Sciences*, 3(2), 69–77 doi: <https://doi.org/10.12691/jbms-3-2-3>
- Sampurno, T.P. & Winarso. (2015). Pengaruh Motivasi Hedonis, Browsing dan Gaya Belanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6 (1), 256-270
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku konsumen*. (7th ed.). Jakarta: Indeks. ISBN: 979-683-102-3
- Shahjehan, A., Qureshi, J.A., Zeb, F., Saifullah, K. (2012). The effect of personality on impulsive and compulsive buying behavior. *African Journal of Business Management*. 6(6), 2187-219415. doi: <https://doi.org/10.5897/AJBM11.2275>
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Menejemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. ISBN : 979-499-013-2

- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). Individual difference in impulse buying tendency : feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, S71-S83
- Widawati, L. (2011). Analisis Perilaku “Impulse Buying” dan “Locus of Control” Pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Mimbar, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 27(2), 125-132
- Widiger, T.A. & Oltmanns, J.R. (2017) Neuroticism is a fundamental domain of personality with enormous public health implications. *Journal World Psychiatry*. 16(2):144-145. doi: <https://doi.org/10.1002/wps.20411>
- Youn, S. & Faber, R.J. (2000). Impulse Buying: It’s Relation to Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research*, Vol 27, 179-185
- Yu, N.S., & Speers, J.M. (2021). Mass media exposure and disproportional influences on materialistic values and buying impulsiveness among urban youth. *Journal Social Science Quarterly*. 102 (1848-1865). doi: <https://doi.org/10.1111/ssqu.13020>
- Yudha, D. K. P. (2018). Hubungan Antara Mood Dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Konsumen Department Store di Kota Malang. *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Yuniarti, V.S. (2015). *Perilaku konsumen teori dan praktik*. Bandung : Pustaka Setia. ISBN 978-979-076-533-7

Zaki, F. (2017, 19 Februari). Mensos: Belanja Online Sumbang Sifat Konsumtif Masyarakat. *Tempo*. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/848126/mensos-belanja-online-sumbang-sifat-konsumtif-masyarakat/full&view=ok>