

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, N. (2017). Pengaruh pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan bisnis online di pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 62-71.
- Annisa, A. (2021). Sejarah Revolusi Industri dari 1.0 sampai 4.0. *Artikel Mahasiswa Sistem Telekomunikasi*, 1, 2-3.
- Azwar. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. (2016). *Konstruksi Tes Kemampuan Kognitif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bashar, A., & Saraswat, K. K. (2020). Impulsive buying behavior: a literature review. *Elk Asia Pacific J. Hum. Resour. Manage. Organ. Behav*, 6, 9-23.
- Direzkia, Y. (1999). Hubungan Locus of Control Eksternal dan Self monitoring dengan Kepercayaan terhadap Paranormal pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. *Skripsi (Tidak diterbitkan)*.
- Hadi, S. 2015. *Metodologi Riset*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of consumer marketing*.
- Herabadi, A. G. (2003). *Buying impulses: A study on impulsive consumption*. [Si: sn].
- Hurlock, E. B. (1997). Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan rentang kehidupan. *Jakarta: Erlangga*.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163-176.
- Kristiana, R. 1997. Hubungan antara Pemantauan Diri dengan Adaptive Selling pada Pramuniaga Galeria Matahari Yogyakarta. Skripsi (Tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Uni- versitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Laily (2002). <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61ef7e4f41753/memahami-arti-konsumtif-indikator-faktor-dan-dampaknya/>

Diakses bulan Juli 2022

- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications* (4th ed.). New York: McGraw-Hill
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the academy of marketing science*, 48(3), 384-404.
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1-10.
- O’Cass. 2000. A Psychometric Evaluation of A revised Version of the Lenox and Wolfe Revised Self monitoring. *Psychology and Marketing*. Vol 17 (5), 397 – 4419.
- Penrod, S. 1986. *Social Psychology* 2th ed. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Rabiman, R. (2013). Pemilihan Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Efektifitas Pembelajaran Mata Diklat Kejuruan di SMK Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan. *Jurnal Taman Vokasi*, 1(1).
- Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi UGM*, 35(2), 130157.
- Raven, B.H., & Rubin, J.Z. (1983). *Social Psychology (2nd ed)* New York: Wiley.
- Rizal, S., & Ruliaty, S. (2015). Pengaruh penilaian kinerja dan self monitoring terhadap disiplin kerja pada karyawan bagian Teknik operasional pada kantor pelayanan wil I pdam kota makassar . *Jurnal Ekoomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Shapiro, P. N., & Penrod, S. (1986). Meta-analysis of facial identification studies. *Psychological Bulletin*, 100(2), 139–156. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.100.2.139>
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4), 526–537. <https://doi.org/10.1037/h0037039>
- Sugiyono, A. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono, A. (2002). *Kajian Koridor Pandanaran Sebagai Linkage Kota di Semarang* (Doctoral dissertation, PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO).

- Snyder & Gangestad, S. 1986. On The Nature of Self-monitoring : Matters of Assessment, Matters of Validity. *Journal of Personality And Social Psychology*. Vol. 51, No.1, 123-139.
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2018). The development of digital economy in Indonesia. *IJMBS International Journal of Management and Business Studies*, 8(3), 14-18.
- Thohiroh, A. Q., Yuwono, S., & Psi, S. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Utami, Anita Setyo & Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si (2016) *Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Kesiapan Kerja Siswa SMK*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(1\_suppl), S71-S83.
- Yusliyanti, D. Y. R. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap impulse buying produk fashion pengunjung roxy square jember.
- Wibowo, A. S. (2016). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Untuk Melakukan Transaksi Pembayaran Spp. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Jannah, M., Kamsani, S. R., & Ariffin, N. M. (2021). Perkembangan usia dewasa: tugas dan hambatan pada korban konflik pasca damai. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), 114-143.