

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*. Skripsi.
- Anin, A., Rasimin, & Atamimi, N. (2008). *Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja*. *Jurnal Psikologi*, Vol.32, No.2, 181 – 193.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). *Perilaku Impulsive Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi*. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol.12 No.1, 44-60.
- Averill, J. R. (2012). *Anger And Aggression: An Essay On Emotion*. Springer Science & Business Media.
- Baumeister, R. F. (2002). *Reflections and Reviews. Yielding to Temptation: Self Control Failure, Impulsive Purchasing, and Customer Behavior*. *Journal of Consumer Research*, Vol.28, 670-676.
- Chaplin. C. (1993). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : PT. Raya Grafindo. Persada.
- Chita, R. C. M., 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).
- Diba, D. S. (2013). *Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsive pada Remaja berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda*. *Jurnal Psikoborneo*, Vol 1, No 3 3,, 185-191.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. New York: Dreyden Press
- Etta Mamang Sangajdi & Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Fenton-O'Creevy, M., & Furnham, A. (2020). *Money Attitudes, Personality and Chronic Impulse Buying*. *Applied Psychology*, 69(4)
- Gayatri, Sabrina dkk. 2020. *Faktor-faktor yang berhubungan dengan frekuensi akses pornografi dan dampaknya terhadap prilaku seksual pada remaja di*

*kota Bogor (Studi di SMA 'X' Kota Bogor)*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Vol 8 No 3

Ghufron, M. N., & Risnawita S, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*.

Kominfo, (2020). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Kominfo Indonesia Terkoneksi. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker)

Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). *Hubungan antar Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online*. Character, Vol.3, No.3, 1-7.

Loekamto, A. (2012). *Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) dalam online Shopping*. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen. 1(3).

Muruganantham, G., & Bhakat, R. S. (2013). *A Review of Impulse Buying Behavior*. International Journal of Marketing Studies, Vol. 5, No. 3, 149- 160.

Lee, J. A., & Kacen, J. J. (2008). *Cultural influences on consumer satisfaction with impulse and planned purchase decisions*. Journal of Business Research, 61, 265-272

Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada Karyawan Department Store*. Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2(7), 1177-1187.

Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). *Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying*. Journal of Marketing Theory and Practice, 20(2)

Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse*. Journal of Consumer Research, Vol.14, No. 2, 149-199.

Ruswanti, E. (2016). *The Impact of the Impulsive Buying dimension And Cherry Picking: An Emirical Study*. Journal of indonesion Economy And Business, Vol.31, No.1, 82-98.

Sari, A. E. (2014). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. XIII, No. 1, 55-73.

Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). *Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian pada Remaja Penggemar K-POP*. Jurnal Psikologi, Vol.12, No.2, 179-188.

- Sastika, W. (2018). *Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017)*. *Ikraith-Humaniora*, 2, 69–74.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). *Impulse Buying pada Mahasiswa di Banda Aceh*. *Jurnal Psikoogi*, Vol.2, No.2, 170-183.
- Siregar, N. F., & Rini, K. Q. (2019). *Regulasi Diri dan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja Perempuan yang berbelanja Online*. *Jurnal Psikologi*, Vol.I, No 1, 213-224.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tangney, J.P., Baumeister, R. F., Boone, F.L. (2004). *High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success*. *Journal Of Personality*, 72 (2), 271-324.
- Thalib. (2010). *Psikologi pendidikan berbasis analisis empiris aplikatif*. Jakarta: Kencana.
- Tinarbuko, S. (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya*. Jakarta: Erlangga
- Utami, A.F dan Sumaryono. (2008). *Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol. Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja*. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. 1 (3)
- Vannia, E. (2013). *Impulsive Buying Behavior of Young Males in an Aiport Environment*. Degree Thesis International Business, 1-40.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). *The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation*. *Journal Consumer Policy*, 34(2), 197-210.
- Widawati, L. (2011). *Analisis Perilaku "Impulsive Buying" dan "Locus of Control" pada Konsumen di Carrefour Bandung*. *MIMBAR*, Vol.XXXVII, N.2, 125-132.
- Zakiyyah, Amalina Maryam. (2018). *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Onlline Pada Toko Online Pulchragallery*. Jember: *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol. 4 No. 1