

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, N. S. (2019). *Perbedaan Kecenderungan Emotional Abuse pada Dewasa Awal yang Berpacaran Ditinjau dari Pola Asuh Orang Tua*. Universitas Sumatera Utara.
- Alwi, I. (2015). Kreteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140-148.
- Anggreini, C., & Waspada, I. (2020). Kajian Literasi Ekonomi Siswa Sekolah Menengah Atas Al- Amanah Ciwidy. *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, 2(1), 1-9.
- Ardiyanto, F. (2017). Pengaruh Positive Emotion, Time Availability, dan Money Availability terhadap Impulsive Buying Behavior Konsumen Mahasiswa pada Department Store di Kota Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1), 850-862.
- Arifin, M., & Asfani, K. (2014). *INSTRUMEN PENELITIAN*.
- Aroma, I. S., & Sumara, D. R. (2012). Hubungan antara tingkat kontrol diri dengan kecenderungan perilaku kenakalan remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 01(02), 1-6.
journal.unair.ac.id/filerPDF/110810241_ringkasan.pdf
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan Skala Psikologi (ke-2)*. Pustaka Pelajar.
- Baba, A. . (2018). *Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area*. Universitas Medan Area.
- Choirunnisa, D. (2021). *Perilaku Pembelian Impulsif: Seberapa Besar Peran Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi ?* 14(1), 61-70.
- Diba, D. S. (2013). PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1, No3(1), 1689-1699.
http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jag.2018.07.004%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41598-018-25369-w%0Ahttps://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_
- Dikria, O. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128-139.

- Dirmayani, Mustika, Masrul, S. (n.d.). *ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA BRAND MINDED PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI*. 1–9.
- Ernawati, L. (2017). PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA DAN HASIL BELAJAR EKONOMI TERHADAP LITERASI EKONOMI DI SMP NEGERI 43 SURABAYA. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5.
- Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. A. (2018). FASHION PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6, 21–27.
- Hastuti, S., & Padmawati, M. Y. (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial 2019*, 86–91.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Kadek, N., Suputri, D., & Nurcahya, I. K. (2017). PRIVATE BRAND : BRAND EQUITY MEMEDIASI STRATEGI PRIVATE BRAND DAN BRAND PERSONALITY DENGAN BRAND PREFERENCE. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*
- Kanserina, D. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 5(1).
- Kanserina, D., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (2015). *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA 2015*. 5 Nomor: 1(1).
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *JURNAL TABULARASA PPS UNIMED*, 6(1), 87–97.
- Mubarrok, M. R. (2017). *PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN MATERIALISME TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA DENGAN IMPULSIVE BUYING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI* (Vol. 9, Issue 5) [SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS SURABAYA].
<https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607>
<https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034>
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228>
<https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773>
<https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011>
- Murniatiningsih, E. (2017). PENGARUH LITERASI EKONOMI SISWA, HASIL BELAJAR EKONOMI, DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SISWA SMP NEGERI DI SURABAYA BARAT. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5, 127–156.

- Muthi, S., & Salayan, S. (2018). MAKNA GAYA HIDUP “BRAND MINDED” PADA KONSUMEN SOSIALITA. *IDEA (Jurnal Humaniora)*, 84–95.
- Noneng, Supatminingsih, T., Inanna, Hasan, M., & Dinar, M. (2020). *Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif melalui online shop pada peserta didik kelas x jurusan ips di sma negeri 8 makassar*. 02(02), 94–104.
- Novita Latifah, P. H. (2014). PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA MAHASISWA URBAN DI UNESA. *Paradigma*, 02 Nomer 0.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Nurul, A. (2017). Gaya Hidup Shopaholic Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNIVERSITAS Riau yang Kecanduan Berbelanja. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Periantalo. (2016a). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi (ke-3)*. Pustaka Pelajar.
- Periantalo, J. (2016b). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi (ke-1)*. Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, I. (2017). PENGARUH LITERASI EKONOMI, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION DI ONLINE SHOP PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA. *Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98–108.
- Prihatini, R., & Susanto, S. (2015). Pengaruh Motif Hedonis Dan Browsing Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pembelian Online Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(2), 351–375.
- Putri, N. R. A. (2019). *HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF MAHASISWA (Vol. 27, Issue 9) [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA]*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cej.2014.10.020><http://dx.doi.org/10.1016/j.apcatb.2013.08.019><http://dx.doi.org/10.1016/j.tsf.2016.12.015>
- Ramadhani, F., & Nurdibyanandaru, D. (2014). Pengaruh self-compassion terhadap kompetensi emosi remaja akhir. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 3(03), 121.
- Ristian, M. (2020). *PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP EKONOMI KELUARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Rohimah, A., Tjahjono, E., & Pujiyanto, A. (2015). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN GAYA HIDUP BRAND MINDED TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 01 No.1(1), 1–7.

- Rohmah, S. nurul. (2019). *Hubungan hedonic shopping value dengan impulsive buying pada penggemar korean idol*. UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Septila Rasulika, A. E. D. (2017). IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA DI BANDA ACEH. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2, 170–183.
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143. <https://doi.org/10.21831/economia.v8i2.1223>
- Sitohang, A. (2009). *HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TERHADAP KELOMPOK TEMAN SEBAYA DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA* [UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG]. http://eprints.undip.ac.id/11128/1/ringkasan_final.pdf
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Oleh. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, II(X).
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Empati*, 4(4), 32-37.
- Susanti, I. (2017). *PENGARUH PENDEKATAN PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL BERBASIS PEMECAHAN MASALAH TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 1 NGANTRU*.
- Tawas, H., & Mandey, S. (2014). Merek Dan Fashion Involvement Pengaruhnya Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 975–984. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4466>
- Utami, N. M. S. N., & Wideasavitri, P. N. (2013). Hubungan Antara Dukungan Sosial Keluarga dengan Penerimaan Diri Individu yang Mengalami Asma. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 12–21. <https://doi.org/10.24843/jpu.2013.v01.i01.p02>
- Wijaya, R. A., Djalali, M. A., & Sofiah, D. (2016). Gaya Hidup Brand Minded dan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerk Eksklusif Pada Remaja Putri. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02). <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.553>
- Windayani, S., & Astiti, P. (2017). *Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar*. 000, 96–108.