

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, L., & Rahma Nio, S. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2–11.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau dari Impulsive Buying pada Belanja Online. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 11(2), 63–74. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/view/9>
- Audrey, E. (2022). *POTENSI KOTA BEKASI SEBAGAI DESTINASI PUSAT WISATA BERBELANJA*.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Azwar. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2012). *PENYUSUNAN SKALA PSIKOLOGI*. Pustaka Belajar.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior including the books *Evil: Inside Human Violence and Cruelty*, *Meanings of Life*, *Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*, and *The Social Dimension of*. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Bayu, D. (2022). *Laporan Survei Belanja Online 2022*. 21 September. <https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self-Control dan Impulsive Buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.9100>
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.

http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling

- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 01–19.
<https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau dari Kontrol Diri. *JCA of Psychology*, 3(01), 66–72.
<https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/189>
- Gąsiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10(2), 119–142.
<https://doi.org/10.1362/147539211x589546>
- Ghufron dan Risnawati. (2010a). *TEORI-TEORI PSIKOLOGI.pdf*.
- Ghufron dan Risnawati. (2010b). *TEORI - TEORI PSIKOLOGI*. AR-RUZZ MEDIA GROUP.
- Hadjali, H. R., Salimi, M., Nazari, M., & Ardestani, M. S. (2012). Exploring main factors affecting impulse buying behaviors Hamid. *Journal of American Science*, 8(1), 245–251.
- HARTINAH, S. (2022). Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Academia.Edu*.
https://www.academia.edu/download/85224143/GAUNGAN_20TANPA_20BAB_20IV.pdf
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), 403–419.
<https://doi.org/10.1108/07363760010341045>
- Henrietta. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.

- Hurlock. (1991). *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan kehidupan*. Jakarta : Erlangga.
- Istiqal, A. H. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Impulse Buying pada Mahasiswa. *Skripsi*.
Jurnal Selvi dan Mega_yai. (n.d.).
- Khawaja, L. (2018). *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT Factors Influencing Consumer Buying Behavior toward Abstract : 6(6), 245–258*.
- Khomarul, H. (2020). *Survei MarkPlus: Selama pandemi corona, belanja ritel online naik 6 kali lipat*. Selasa, 09 Juni.
<https://industri.kontan.co.id/news/survei-markplus-selama-pandemi-corona-belanja-ritel-online-naik-6-kali-lipat>
- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 33(2), 161–176. <https://doi.org/10.1108/09590550510581485>
- Lemeshow. *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Yogyakarta : UGM; 1997. (n.d.).
- Munandar, A. S. (2014). *PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS), 2014.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Oliver, J. (2013). Pengaruh Lonlines Terhadap Pembellian Tidak Terencana. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>

- Rifatin, Y., Sudarwanto, T., & Manajemen, S. (2021). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Toko Pakaian Dhyhijab Jombang)*. 3(2), 367–379.
- Rook, D. W. (1987). The Impulse Buying. In *The Journal of Consumer Research* vol. 14, No. 2 (pp. 189–199). https://doi.org/10.1007/978-3-030-65923-3_2
- Rook Dennis W, & Gardner Meryl P. (1993). In the mood: Impulse Buying's Affective Antecedents. *Research in Consumer Behavior*, 6(January 1993), 1–28.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4704>
- Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung*
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Sudarsono, J. G. (2017). *PENGARUH VISUAL MERCHANDISING TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI POSITIVE EMOTION PADA ZARA SURABAYA*. 11(1), 16–25. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.16-25>
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta cv.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- W, S. J. (2002). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- Wood, M. (1998). Socio-economic status, delay of gratification, and impulse buying. *Journal of Economic Psychology*, 19(3), 295–320. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00009-9](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00009-9)