

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianur, R. (2020). Hubungan Keterlibatan Fashion Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V8i2.4895>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Impulsive Buying*.
- Arpan, Y., & Ambarwati, S. D. (2017). Analisis Impluse Buying Dalam Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswa Stie Gentiaras Bandar Lampung). *Gema*, 1x(2), 151–159.
- Aryani, A. F. (2019). *Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi* (Edisi 2). Pustaka Pelajar.
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, Dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce Di Indonesia [Potency, Government Role, And Challenges Of E-Commerce Development In Indonesia]. *Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1), 13–25. <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/1485>
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)(Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Departement Of Management Feb Umm*.
- Burhan, F. A. (2021). *Transaksi E-Commerce Saat Harbolnas 2021 Melonjak Jadi Rp 18,1 Triliun Artikel Ini Telah Tayang Di Katadata.Co.Id Dengan Judul “Transaksi E-Commerce Saat Harbolnas 2021 Melonjak Jadi Rp 18,1 Triliun”*, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61cc0bef>. Katadata.Co.Id.

<https://Katadata.Co.Id/Desysetyowati/Digital/61cc0befda2b1/Transaksi-E-Commerce-Saat-Harbolnas-2021-Melonjak-Jadi-Rp-18-1-Triliun>

Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). *Pengaruh Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Baju Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017*. 1(8), 718–734. <https://doi.org/10.17977/Um066v1i82021p718-734>

Dwiputra, K. O. (2020). *Tren Harbolnas 11.11 Dan Efeknya Bagi Kesehatan Mental*.

<https://www.google.com/amp/s/m.klikdokter.com/amp/3634695/tren-harbolnas-1111-dan-efeknya-bagi-kesehatan-mental>

Ek Styvén, M., Foster, T., & Wallström, Å. (2017). Impulse Buying Tendencies Among Online Shoppers In Sweden. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, 11(4), 416–431. <https://doi.org/10.1108/Jrim-05-2016-0054>

Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). *Tindakan Konsumtif Dalam Aktivitas Belanja Online Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado*. 13(3), 1–15.

Fadhilah, M. F. (2021). *Hubungan Self Control Dengan Impulsive Buying Pada Perempuan Dewasa Awal*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Faizah, N. (2021). *Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di DKI Jakarta*.

Gawi, R. M., & Rinaldi. (2019). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Pembelian Impulsif Pada Produk Fashion*.

Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2017). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (Ed.); Cetakan II). Ar-Ruzz Media.

Hadi, P. S. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes Dan Skala Nilai Dengan Basica* (S. Pamardiyanto (Ed.); Pertama). Andi Offset.

Hakiki, K. M., Supraptiningsih, E., & Hamdan, S. R. (2018). Studi Deskriptif Impulse Buying Pada Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi Psikologi. *Jppp* -

- Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 7(2), 81–85.
<https://doi.org/10.21009/Jppp.072.04>
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.
<https://doi.org/10.15548/Jebi.V3i2.182>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan* (D. R. M. Jabat (Ed.); Edisi 5). Penerbit Erlangga.
- Istiqlal, A. H. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Impulse Buying*.
- Jayani, D. H. (2020). *Produk Terlaris Belanja Online Selama Pandemi*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/produk-terlaris-belanja-online-selama-pandemi>
- Koch, J., Frommeyer, B., & Schewe, G. (2020). Online Shopping Motives During The Covid-19 Pandemic—Lessons From The Crisis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su122410247>
- Kurniasari, A. F. (2020). *Hubungan Kontrol Diri Dan Teman Sebaya*.
- Mirsan, A. (2020). *Tergiur Belanja Online, Mahasiswi Di Bone Kuras Atm Teman*. Fajar.Co.Id. <https://fajar.co.id/2020/04/20/tergiur-belanja-online-mahasiswi-di-bone-kuras-atm-teman/>
- Mukaromah, M., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktavia, Y. (2021). *Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying Pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Psychopathological Analysis Of The Tendency Of Impulsive Buying To One Of Universitas Negeri Semarang Students)*. 12(2), 117–124.
- Mutiara, K., & Merida, S. C. (2021). *Harga Diri Dan Perilaku Asertif Pada Siswa Mts Negeri 3 Kota Bekasi*. April, 124–127.
- 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>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsifbelanja Online Pada Karyawan Department Store*. 2(7), 1177–1187.
- Pddikti. (2020). *Higher Education Statistics 2020*. 81–85. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Putri, A. U., & Anggraini, D. (2019). Apakah Impulsive Buying Pada Pria Metroseksual Terkait Dengan Gaya Hidup Hedonisme ? *Psychology Journal Of Mental Health*putri, A. U., & Anggraini, D. (2019). Apakah Impulsive Buying Pada Pria Metroseksual Terkait Dengan Gaya Hidup Hedonisme? *Psychology Journal Of Mental Health*, 1(1), 37–48., 1(1), 37–48.
- Rika, H. (2021). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja Dengan E-Commerce. *Cnnindonesia.Com*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-Persen-Pengguna-Internet-Belanja-Dengan-E-Commerce>
- Salsabila Risa, & Rahma, N. S. (2019). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Psikologi*, 4(1), 1–12.
- Sari, A. Q., Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal Of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179–188. <https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442>
- Sirclo.Com. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia Di Tahun 2020 Meningkat Pesat*. <https://www.sirclo.com/blog/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>

- Sokalia Anjani, P., & Puri Astiti, D. (2020). Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144–155. <https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Psikologi/Article/View/57813>
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan Ke). Penerbit Alfabeta.
- Thoyyibah, A. N. (2021). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Tendency Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Yang Melakukan Belanja*.
- Tripambudi, B., & Fakultas, E. S. I. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195.
- Utama, A., Sri, H., Sawitri, R., Haryanto, B., & Wahyudi, L. (2021). *Impulse Buying: The Influence Of Impulse Buying Tendency , Urge To Buy And Gender On Impulse Buying Of The Retail Customers*. 7, 101–111.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*, 15(1 Suppl.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology Of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal Of Consumer Policy*, 34(2), 197–210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>