

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A., Pramesty, K. Y., Lestari, W. P., & Irawan, M. F. (2020). Perilaku pembelian impulsif mahasiswa di daerah istimewa yogyakarta. *Jurnal ilmiah manajemen*, 261 - 262.
- Alfitman. (2017). Konstruk disonansi kognitif dalam penelitian perilaku konsumen: apakah popularitasnya memang sudah meredup? *Jurusan Manajemen, Universitas Andalas, Padang, Indonesia*, 46.
- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulsive buying produk matahari plaza medan fair. *Jurnal quonomic*, 10.
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh fashion involvement dan positive emotion terhadap impulse buying (survey pada warga kelurahan tulusrejo kecamatan lowokwaru kota malang). *Jurnal administrasi bisnis*, 45.
- Apranadyanti, N. (2010). Hubungan antara regulasi diri dengan motivasi berprestasi pada siswa kelas x smk ibu kartini semarang. *Jurnal psikologi*, 11.
- Arbaini, N. (2017). Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa (studi pada mahasiswa fisip universitas riau yang kecanduan berbelanja pakaian). (*Doctoral Dissertation, Riau University*), 8.
- Azwar, S. (2017). Penyusunan skala psikologi (edisi 2). *Yogyakarta: pustaka pelajar*.
- Carey, K. B., Neal, D. J., & Collins, S. E. (2004). A psychometric analysis of the self-regulation questionnaire. *Addictive Behaviors*, 29(2), 253-260.
- Chasanah, U., & Mathori, M. (2020). Pengaruh iklan layanan masyarakat terhadap sikap dengan disonansi kognitif sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen*, 22-25.
- Aprillia, S. T., Damaiyanti, V. P., & Hidayah, S. (2021). Self-Love and Self-Reward: The Hidden Excuse of Consumptive Behavior On College Students. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development (IJSED)*, 135.
- Edy, I. C., & Haryanti, S. S. (2018). Impulsive buying behavior pada konsumen online. *The National Conferences Management and Business*, 364.
- Fajriani, N., F, N. R., Ismawati, & A, F. A. (2021). Hubungan regulasi diri dengan prokrastinasi akademik mahasiswa magister yang bekerja pada perguruan tinggi surabaya. *Jurnal Pendidikan*, 692.

- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T. A. (2017). Teori kepribadian edisi 8 - buku 2. In r. D. Pertiwi, n. I. Sallama, d. J. Asmara, d. Mandasari, j. R. Sibarani, & f. Firnaldy, *teori kepribadian edisi 8 - buku 2* (pp. 162-164). Jakarta: salemba humanika.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri Bukittinggi terhadap Produk Pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3741-3742.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2008). Data Definition. *Adapted 'from' the 'Glossary How To Design And Evaluate Research In Educations*, 1-2. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7993-3_80736-1
- Gasiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal Of Customer Behaviour*, 120-126.
- Gawi, R. M., & Rinaldi. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada produk fashion. *Jurnal Riset Psikologi*, 4.
- Gumilang, W. A., & Nurcahya, I. K. (2016). Pengaruh price discount dan store atmosphere terhadap emotional shopping dan impulse buying. *E-jurnal Manajemen Unud*, 1861.
- Handayani, I., Indrasari, R., & Sofiatun, S. (2018). Pemodelan Shopping Trips dan Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Suatu Mall sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Mall di Kawasan Sekitar Jakarta Utara). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 1.
- Indonesia, C. (2019, desember Selasa). *CNN indonesia*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com:https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191224140255-277-459629/produk-fashion-yang-viral-dan-populer-sepanjang-2019](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191224140255-277-459629/produk-fashion-yang-viral-dan-populer-sepanjang-2019)
- Jamil, R., Arsyad, M., & Upe, A. (2018). Perilaku konsumeris pengunjung mall lippo plaza kota kendari. *Neo societal*, 518.

- Johar, M. F., Alwie, A. F., & Jahrizal. (2018). Pengaruh pemasaran relasional dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan tokopedia pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas riau tahun akademik 2017-2018. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 779.
- Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Impulsive buying pada fans k-pop di twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 5-8.
- Kusnandar, V. B. (2021, agustus jumat). *Databoks*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/inilah-10-provinsi-dengan-pusat-perbelanjaan-terbanyak-pada-2020>
- Lerik, M. C., Berek, N. C., & Wijaya, P. C. (1.1). Stimulasi daring strategi regulasi diri penggunaan telepon cerdas pada emerging adulthood di wilayah semiringkai kepulauan . *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (temilnas xii)*, 57.
- Lisma, N., Haryono, A., & Inayati, R. (2016). Analisis perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dari motif bertransaksi (studi kasus pada mahasiswi s1 pendidikan ekonomi fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 41.
- Manab, A. (2016). Memahami regulasi diri: sebuah tinjauan konseptual. *Seminar Asean Psycology & Humanity*, 7.
- Maryam, S., & Wahyuningsih, S. (2018). Pengaruh transaksi c2c commerce terhadap perilaku impulsive buying (servei pada konsumen pt shopee international indonesia) . *Jurnal Komunikasi*, 4.
- Okezone, J. (2022, februari rabu). *Okezone infografis*. Retrieved from okezone: <https://edukasi.okezone.com/detail/775333/5-kota-yang-memiliki-jumlah-mal-terbanyak-di-indonesia>
- Perintalo, J. (2017). Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi. Pustaka Pelajar.
- Pradipto, Y. D., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2016). Think again before you buy: the relationship between self- regulation and impulsive buying behaviors among jakarta young adults. *Social and Behavioral Sciences*, 183-184.
- Putra, A. P., Said, S., & Hasan, S. (2017). Pengaruh karakteristik toko dan produk bagi konsumen di indonesia terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen*, 9.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-faktor mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion secara online melalui e-commerce. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 1-2.

- Setianingtyas, B. L. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan impulse buying online saat covid-19 pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi*, 15-18
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, V. S. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan fear of missing out (fomo) pada mahasiswa tahun pertama fakultas psikologi universitas diponegoro. *Jurnal Empati*, 138.
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2020). Regulasi diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja perempuan yang berbelanja online. *Jurnal Psikologi*, 215 - 216.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (8th ed.) Bandung: alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. Bandung: alfabeta.
- Sulistiyani, N. W. (2012). Hubungan konsep diri dan regulasi diri dengan motivasi berprestasi. *Jurnal Psikostudia*, 119.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *Journal Of Perronality*, s80-s81.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal Of Consumer Research*, 537 - 547.
- Zikra, R., & Yusra, Z. (2016). Kepuasan wanita berbelanja produk fashion berdasarkan cara membeli. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 55-56.
- Zuhdhi, A. (2020). Regulasi diri dan motivasi berprestasi siswa kurang mampu di smk muhammadiyah tepus dan sman 1 tanjungsari gunungkidul. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 135.