

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, Ria. (2010). Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Impulse Buying (survei pada Supermarket Di Kota Bandung). *Jurnal Strategic*, Vol 9, 17.
- Ashfaq, S., Kayani, G. M., & Ahmed, M. (2016). Impact of individualism, collectivism, mood proximity and savings on impulsive buying behavior in Pakistan. *Journal of Scientific Research*, 24 (5), 1758-1765. Diunduh tanggal Minggu, 23 Juli 2017 pukul 21.00 WIB.
- Anwar, S. (2014). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arona, I. S. (2012). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Kenakalan Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, Vol. 01.
- Bawa, Anupam. (2004). Consumer Ethnocentrism: CETSCALE Validation and Measurement of Extent. *VIKALPA*. Volume 29. No. 3.
- Batra R, Ramaswamy V, Alden DL, Steenkamp J-BEM, Ramachander S. (2000). Effects of Brand Local and Nonlocal Origin on Consumer Attitudes in Developing Countries. *Journal of Consumer Psychology*, P 83-95.
- Beatty, E.S. & Ferrel, M.E. (1998). Impulse Buying: Modeling its Precursors. *Jurnal Of Retail*. 72(2).
- Bong, S. (2011). Pengaruh karakteristik Personal terhadap Perilaku Belanja Impulsif Konsumen Ritel Hymmermarket di Jakarta. *Jurnal Managemen*. 2(7).
- Borba, M. (2008). *Membangun Kecerdasan Moral*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiman, Ivan. (2014, Oktober 20). Kebiasaan Remaja Saat Ini. <http://www.marketing.co.id/kebiasaan-remaja-saat-ini> diunduh hari Selasa, 22 Desember 2016 pukul 16.00 WIB
- Calhoun, J.F dan Acocella, J.R. (1990). *Psikologi Tentang Penyesuaian Dan Hubungan Kemanusiaan (4th ed.)*, terj. Satmoko, R.S. Semarang : IKIP Semarang.
- Ceballos, L M. (2010). Analysis of The Stimuli of Londoners' Fashion-Oriented Impulse Buying Behaviour. *Journal International (Online)* (17) 87–97.

- Chaplin, J.P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- _____ (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta:PT. RajaGrafindo.
- Diba, D.S. (2014). Peran Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *eJurnal Psikologi*. 1(3).
- Decilya, S. (2011, Juni 21). Pembelanjaan Indonesia Makin Impulsif. diunduh <https://m.tempo.co/read/news/2011/06/21/090342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif> diunduh pada hari Sabtu, 1 Nopember 2016 pukul 11.30 WIB
- Duckworth, A.L., & Seligman, M. E. P. (2005). Self-discipline outdosed IQ in predicting academic performance of adolescents. *Psychological Science*, 16, 939-944.
- Eka, R. (2016, Maret 07). Survei: Masyarakat Indonesia Makin Selektif berbelanja berkat E-commerce. Diunduh <https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-berbelanja-berkat-e-commerce>. diunduh pada hari Senin, 3 oktober 2016
- Engel, J. Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen jilid II*. Jakarta: Binaputra Aksara.
- _____ (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaputra Aksara.
- Fitriani, N.R. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta (skripsi tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghufron. (2010). *Teori-teori Perkembangan*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghufron, M.N dan Risnawati, R.S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- _____. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Handi, Irwan. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hanifah. L. (2015). Hubungan Antara Konformitas dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri (skripsi tidak dipublikasikan). Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Hurlock. (1994). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Intan, Lina. (2013, Januari 22). Nielsen: Konsumen Online Lebih Suka Membeli Brand Terkenal.swa.co.,id. Diunduh dari <http://swa.co.id/> diunduh hari Kamis, 22 April 2017 pukul 13.00 WIB
- Kartono, Kartini. (2003). *Pemimpin Dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler. (2003). *Manajemen pemasaran: Jilid Satu*. Jakarta : PT Indeks kelompok Gramedia.
- Kusumadewi, S. Tuti, H. & Aditya N. P. (2012). Hubungan antara Dukungan Sosial Peer Group dan Kontrol Diri dengan Kepatuhan terhadap Peraturan pada Remaja Putri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalaam Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Librianty, A (2014, November 28). 74% Perempuan dipengaruhi Media Sosial Saat Berbelanja. Diunduh dari <http://teknoliputan6.com/read/2139957/74-perempuan-dipengaruhi-media-sosial-saat-berbelanja#> diunduh pada hari Selasa, 10 Oktober 2016 pukul 14.23 WIB
- Lin, C & Chuang, S. (2005). The Effect of Individual Differences on Adolescents Impulsive Behavior. *Adolescence*. Vol. 40, 159.
- Mazwahid. (2016, Oktober 14). 12 karakteristik unik konsumen Indonesia. diunduh dari <http://www.marketing.co.id/12-karakter-unik-konsumen-indonesia> diunduh hari Sabtu, 23 April 2017 pukul 22.31 WIB
- Melati, R dan Widjaja. (2007). Pengaruh Kontrol Diri terhadap pembelian Impulsif pada Remaja Awal. *Phroneis Jurnal Iimiah Psikologi Industri dan Organisasi*. 9(2), 115-133. Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Monks, F.J, Knoers, A.M.P, Haditono, S.R (2001). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Moven, J.C & Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen jilid 2*, terjemahan Dwi Kartini, Jakarta: Erlangga.
- Munandar, A.S. (2011). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis dalam perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. 1(8).
- Nugroho, R. (2015, Januari 23). 4 keluhan Utama Berbelanja Online. Diunduh dari <http://tabloidnova.com/Karier/Wirausaha/4-Keluhan-Utama-Berbelanja-Online> diunduh pada hari Sabtu, 3 Januari 2017 pukul 20.21 WIB
- Papalia.D.E, Olds, S.W., Feldman, R.D. (2004). *Human Development (ed.9)*. New York: McGraw Hill Companies Inc.
- Pratama, A.H. (2016, Desember 19). Nielsen: Transaksi di Hari Belanja Online Nasional 2016 Mencapai Rp 3,3 Triliun. Diunduh <https://id.techinasia.com/nielsen-total-transaksi-saat-harbolnas-2016-mencapai-rp3-triliun> diunduh pada hari Senin, 5 Mei 2017 pukul 10.20 WIB.
- Sari, R.K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (pembelian Kompulsif) pada masa remaja akhir di Samarinda. *E-jurnal Psikologi*. 4(4)
- Setiawan, S.F. & Mahastanti, L.A. (2014). Alokasi Dana, Kepribadian dan Faktor Demografos terhadap Impulsive Buying (Studi pada Guru bersertifikasi di Jepar). <http://ris.uksw.edu/download/makalah/kode/M01449>.
- Smet, Bart. (1994). *Psikologi Kesehatan*. Jakarta: PT Gramedia Indonesia.
- Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rohman, F. (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumen dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2(7).
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Jakarta: Gramedia.
- Utami, A.F. dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. 1(3).
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender (skripsi tidak dipublikasikan). Sumatera Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Widiana, H. S., Retnowati, S., & Hidayat, R. (2004). Kontrol diri dan Kecenderungan Internet. *Humanitas: Indonesia Psychological Journal*, 01(01), 6-16.

Youn, Seounmi & Faber Ronal J. (2000). Impulse Buying Its Relations to Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research Volume 27*, page 179-185.

<https://publikasi.kominfo.go.id/bitstream/handle/54323613/981/Potret%20Belanja%20Online%20di%20Indonesia.pdf?sequence=1> diunduh hari Senin, 10 April 2017 pukul 12.30 WIB