

## DAFTAR PUSTAKA

- Miranda, Y.C. 2016. “Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping”. *Kompetensi, Vol 10, No 1, April 2016*. Universitas Manchung.
- Mulyono, F. 2012. “Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif”. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 8, No.1, 2012*. hal.88–105. Universitas Parahyangan.
- Semuel, Hatane. 2006. “Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol.8, No. 2, September 2006*. hal. 101-115
- Kharis, Ismu Fadli. 2011. “Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)”. *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.
- Burns, D.D. (1988). “Mengapa Kesepian, Program Baru Yang Telah Diuji Secara Klinis Untuk Mengatasi Kesepian”. Alih Bahasa: Anton Soetomo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press Malang.
- Deaux, Dane & Wrigthsman, (1993). *Social Psychology in the '90s*. California Publishen Thomson Brooks/Cole.
- De Jong Gierveld, Jenny., et al., (2006). Loneliness and Social Isolation. *Journal*. Cambridge University Press, p.485-500.
- Engel, James F, et.al. (1995). *Consumen Behavior*. Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Eriany, Praharaesti. (1997). Manusia Kesepian Sebagai Salah Sat Dampak Psikologi dari Kehidupan Modern. Unika Soegijapranata Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2000. Metodologi Research. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Hurlock. E B. (1974). *Personality Development*. New Delhi : Tata McGraw-Hill.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.

- Ilmalana. (2012). Analisis Motivasi Konsumen Online dalam Melakukan *Impulsive Buying* pada Transaksi *C2C Commerce*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia, Depok.
- Indrawati, dkk. (2010). Penyesuaian Sosial dan Tingkat Kesepian Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi UNDIP. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kaban, Jabat. (2014). *Potensi bisnis toko online di Indonesia*. Di unduh pada tanggal 27 Desember 2014, 10.45 WIB. [Http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-toko-online-di-indonesia.html](http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-toko-online-di-indonesia.html)
- Koski, Nina. (2004). *Impulsive Buying on the Internet: Encouraging and discouraging factors*, *Frontiers of E-Business Research*, hal. 23-35
- Kustrini, R., (1997). Sikap Remaja Putra dan Putri terhadap Pakaian dengan Peranan Kelompok Tidak Resmi. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Kumar, R. (1999). *Research Methodology: A step-by-step Guide for Beginners*. London: Sage Publications.