

DAFTAR PUSTAKA

- Anin,AF., Atamimi, & Rasimin. (2006). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 35 (2), 181-193.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Ed. 6)*. Jakarta : Pt. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Ed. 6)*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 17(2), 148-156.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia : Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badgaiyan, A. J., & Verma, A. (2015). Does Urge To Buy Impulsively Differ From Impulsive Buying Behaviour? Assessing The Impact Of Situational Factors. *Journal Of Retailing And Consumer Service*, 10(2), 145-157.
- Badgaiyan, A. V. (2014). Intrinsic Factors Affecting Impulsive Buying Behaviour—Evidence From India . *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 12(1), 537-549.
- Bong, S. (2012). Pengaruh In Store Stimuli Terhadap Impulsif Buying Behavior Konsumen Hipermarket Di Jakarta. *Jurnal Management*, 31-52.
- Boyatzis, R. G. (2000). *Clustering Competence In Emotional Intelligence Insights From The Emotional Competence Inventory (Eci)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Buedincho, P. (2003). *"Impulse Purchasing : Trend Or Trait?"*. Orlando: Ucf.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Agrimas*, 1(1), 1-10.
- Desiningrum, Y. I. (2017). Intensi Penggunaan Gadget Dan Kecerdasan Emosional. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 65-71.
- Dewi, N. R., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh Fashion Involvement Dan Kecenderngan Hedonic Consumption Dengan Mediator Emosi Positif

Terhadap Pembelian Impulsif Berorientasi Fashion (Survei Pada Pembeli Pakaian Di Mal Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2),1-10.

- Dhurup, M. (2014). Impulsive Fashion Apparel Consumption : The Role Of Hedonism, Fashion Involvement An Emotional Gratificatin In Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour In A Developing Country. *Mediterranean Journal Of Social Sciences*, 9(2),168-177.
- Diba, D. S. (2014). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 17(3), 313-323.
- Fauzia, Y. I, Setiawan, N., & Setia, S. Perilaku *Impulsive Buying* Muslimah Indonesia: Studi Kasus Pembelian Tidak Terencana Produk *Woman Fashion* melalui Pembelian Online. *Kafa'ah Journal*, 8(2), 227-239
- Gunarsa, S. D. (2003). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Cetakan Ke-12. Jakarta: Gunung Mulia.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Haryono, A. (2018). Dampak Kecerdasan Emosi Remaja Dan Respon Iklan Di Media Sosial Terhadap Penerapan Prinsip Ekonomi Kegiatan Konsumsi Siswa Kelas Xi Ips Di Sma 1 Kepanjen . *Jurnal Pendidikan Ekonomi* , 17(2), 29-40.
- Hasan, S., Said, S., & Kusuma Putra, A. H. (2017). Pengaruh Karakteristik Toko Dan Produk Bagi Konsumen Di Indonesia Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Managemen*, 5(2), 8-19.
- Hubert, M. (2013). Neural Correlates Of Impulsive Buying Tendencies During Perception Of Product Packaging. *Psychologi And Marketing*, 15 (3), 861-873.
- Hurlock, E. B. (2006). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* . Jakarta: Erlangga.
- Karuehany, Y. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta . In *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Kurniawan, B. (2015). Housewife Shopping Behaviour In Supermarkets Cendana New District Village Labuh Baru Payung Sekaki City Pekanbaru. *Jom Fisip*, 7(1), 1-12.

- Leba, E. (2015). Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(1), 1-17.
- Makal, N. E. (2018). Pengaruh Faktor Situasional dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Motivasi Belanja Hedonik Sebagai Intervening. *Jurnal Riset dan Manajemen*. 6(1), 27-42.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(6), 88-105.
- Naseem, K. (2017). Job Stress And Employee Creativity : The Mediating Role Of Emotional Intelligence. *International Journal Of Management Excellence*, 24 (2), 1050-1058.
- Ningrum, N. D. (2016). Hubungan Kecerdasan Emosi Dan Dukungan Sosial Keluarga Dengan Penyesuaian Sosial Remaja. In *Thesis*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugroho, C. &. (2017). Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram . *Channel*, 2(2), 33-46.
- Octaviana, A. (2017). Hubungan Antara Kestabilan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi. In *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Paramita, N. (2017). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya . *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ,1(2), 1-16.
- Prastiwi, F. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Ejournal Jurusan Pendidikan Ekonomi* .5(2), 35-47.
- Sari, F. M. (2018, November 10). *5 Trik Pintar Atur Uang Bagi Wanita*. Retrieved From Liputan6: [Http://Liputan6.Com_Files/5-Trik-Pintar-Atur-Uang-Bagi-Wanita](http://Liputan6.Com_Files/5-Trik-Pintar-Atur-Uang-Bagi-Wanita)
- Sari, T. D., & Widyastuti, A. (2015). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Kemampuan Manajemen Konflik Pada Istri. *Jurnal Psikologi*, 1(2) 49-54.

- Satwika, H. R. (2018). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Pembelian Kompulsif Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 5(2), 1-6.
- Sudhana , H., & Putri, K. K. (2013). Perbedaan Tingkat Stres Pada Ibu Rumah Tangga Yang Menggunakan Dan Tidak Menggunakan Pembantu Rumah Tangga . *Jurnal Psikologi Udayana*, 17(4), 94-105.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2014). Analisis Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Dilihat Dari Perbedaan Usia. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 3(2), 77-88.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriadi, D., Yudiernawati, A., & Rosdiana, Y. (2017). Hubungan Kecerdasan Emosional Dengan Perkembangan Sosial Pada Remaja Di Smp Wahid Hasyim, Malang. *Nursing News* , 44(4), 332-342.
- Theofani, E., & Ariati, J. (2016). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Pengungkapan Diri Pada Mahasiswa Tahun Pertama Di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 5(1), 336-339.
- Utami, F. A., & Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 2(2), 46-57.
- Verplanken, B. D. (2001). Consumption Experience Of Impulse Buying In Indonesia: Emotional Arousal And Hedonistic Considerations. *Asian Journal Of Social Psychology*, 12(3), 20-31.
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender. In *Skripsi*. Sumatra Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara.
- Wicaksono, A. H., Fauzi, A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Konsumen Yang Melakukan Pembelian Impulsif Di Matahari Department Store Matos Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(6), 46-53.
- Wijaya, E., & Basaria, D. (2016). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dan Humor Pada Remaja. *Provita Jurnal Psikologi Pendidikan* , 1(2), 1-19.
- Wulandari, K. (2018). Pengaruh Kecanduan Internet dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online. *E-Journal Managemen*. 7(2), 1021-1049.

- Yasa, Y. K., & Purwa, M. G., (2014). Strategi Store Environment dan Time Pressure Pada Pembelian Impulsif Melalui Emotional State. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 5(2), 147-160.
- Yulianti, A., Lestari, Y., & Sari, S. (2016). Hubungan Antara Social Support Dan Self-Efficacy Dengan Stress Pada Ibu Rumah Tangga Yang Berpendidikan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 171-178.