

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, J., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang. *Journal Of Managemant*, 2(2), 1-20.
- Aprilawati, A. P., & Dwityanto, A. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Online Pada Mahasiswi. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak Diterbitkan.*
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Prosiding SNaPP : Kesehatan (Kedokteran, Kebidanan, Keperawatan, Farmasi dan Psikologi)*, 3(1), 31-39.
- Astari, N. P., & K, I. G. (2014). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin Dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Parfum. *Jurnal Manajemen*, 3(3), 546-560.
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and its Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, 80, 286-303.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(2), 126-129.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. University of Michigan: Prentice Hall.
- Bearden, W. O. (1989). Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal Consumer Research*, 15(4), 473-481.
- Diba, D. S. (2014). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *eJournal Psikologi*, 1(3), 313-323.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Ernayanti, N. M., & Marheni, A. (2019). Peran Konformitas Teman Sebaya dan Self Monitoring Terhadap Impulsive Buying pada Remaja Madya Putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 226-236.
- Fatimah, S. (2013). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswi Di Surakarta. *Skripsi.*

- Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21-27.
- Hakim, L. N., Yusmansyah, & Widiastuti, R. (2017). Pengaruh Peer Group Terhadap Konsep Diri Siswa Kelas VIII. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 5(3), 36-49.
- Hurlock, E. B. (2011). *Perkembangan Anak Jilid 1. Penerjemah: Med Meitasari T. Dan Muslichah Z.* Jakarta: Erlangga.
- Ilmiani, A., Rahayu, M. S., & Khasanah, A. N. (2019). Hubungan Peran Kelompok Teman Sebaya dengan Impulsive Buying dalam Berbelanja Online pada Mahasiswi Fakultas Syari'ah Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, 5(1), 1-7.
- In'am, M. F., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Impulsif Di Distro 3second Cabang Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 92-100.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(3), 1-8.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy Among The Young. *Journal Of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380.
- Margono. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Martha. Hartati, S. &. (2010). Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University. *Journal of Psychology*, 14(1), 1-20.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- 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. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98-108.

- Putra, B. P. (2014). Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 3(4), 1-11.
- Resstiani, S. A. (2010). Gejala Shopaholic Di Kalangan Mahasiswa. *Skripsi*, Bandung: Fakultas Desain Program Strata Satu Psikologi Universitas Komputer Indonesia.
- Santrock, J. W. (2009). *Adolescence : Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2011). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions, 7th edition*. United States of America: John Wiley & Sons Inc.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170-183.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swanita. (2012). Perbedaan Impulse Buying Produk Fashion Pada Komunitas Hijabers dan Non Hijabers di Kota Medan (Skripsi). Universitas Sumatera Utara.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72(2). 271-282.
- Taufiqi, M. Z. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pembelian Tidak Terencana Dan Kepuasan Konsumen Wanita Di Matahari Department Store Jember. *Skripsi*.
- Utami, F. A., & Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsive Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 3(1), 46-57.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *uropean Journal of Personality*, 15, S71-S83.
- Winawan, B., & Yasa, N. N. (2014). Pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin, Dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana. *E-Jurnal Manajemen*, 3(7), 2133-2149.