

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh media sosial dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 173-180.
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal. *Skripsi*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Retrieved from APJII: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Astutik, P. P., Chusniyah, T., & Viatrie, D. I. (2020). Kepribadian big five terhadap impulsive buying behavior pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Journal An-Nafs*, 5(1), 54-63.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cervone, D., & Pervin, L. A. (2012). *Kepribadian: Teori dan Penelitian (jilid 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- CNN Indonesia. (2019, Februari 4). *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>
- Dewi, R. (2018, Agustus 8). *Menurut Ahli, Kecanduan Berbelanja Tergolong Sebagai Gangguan Mental*. Retrieved from Kumparan:

<https://kumparan.com/kumparanstyle/menurut-ahli-kecanduan-berbelanja-tergolong-sebagai-gangguan-mental-1533698913039004048/full>

Elvinawanty, R., Liza, W., Wong, J., Putri, Y., Citra, Y. C., & Oktaviani, A. (2020). Intensi Pembelian online ditinjau dari tipe kepribadian big five pada mahasiswa fakultas psikologi universitas prima indonesia medan. *Tazkiya (Journal Of Psychology)*, 8(1), 73-80.

Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T. A. (2017). *Teori Kepribadian*. Jakarta Selatan : Salemba Humanika.

Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2006). *Kepribadian: teori Klasik dan riset modern*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. London: British Library Cataloguing in Publication Data.

Hamdani, T. (2019, Desember 1). *Hasil Survei: Orang Indonesia Belanja Online 5 Kali/Bulan*. Retrieved from dekitfinance: <https://finance.detik.com/industri/d-4805460/hasil-survei-orang-indonesia-belanja-online-5-kalibulan>

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2019). Perilaku belanja online di indonesia: studi kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 194-213.

Hendrawan, D., & Nugroho, D. A. (2018). Influence of personality on impulsive buying behaviour among Indonesian young consumers. *society of Interdisciplinary Business Research (SIBR) & Research & Development Institute of Nakhon Ratchasima Rajabhat University (RDINRRU) 2017 Sydney Conference On Interdisciplinary Business & Economics Research*, 11(1), 31-39.

Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh uang saku, locus of control dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025-1039.

- Howard, J. A., & Sheth, J. (1969). *A theory of buyer behavior*. New York: John Wiley.
- Jogiyanto. (2008). *Pedoman survei Kuisioner*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif berdasar Locus Of Control pada remaja putra. *Jurnal Psikologika*, 5(2), 5-13.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mendonca, R. M. (2016). Relating Big Five Factor Model to the Acceptance and Use of On-line. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 89-99.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku Konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo kendari. *urnal Neo Societal*, 3(2), 433-440.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(5), 684-697.
- Olsen, S. O., Tudoran, A. A., Honkanen, P., & Verplanken, B. (2016). Differences and Similarities between Impulse Buying and Variety Seeking: A Personality-Based Perspective. *Psychology and Marketing*, 33(1), 1-38.
- Permana, S. N., & Adelina, I. (2020). Hubungan Trait Kepribadian dan Impulse Buying pada Pengguna E-Commerce "X". *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 1-11.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan spss*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, A. H., Said, S., & Hasan, S. (2017). Pengaruh karakteristik toko dan produk bagi konsumen di indonesia terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2), 8-19.

- Rahmadhani, N. (2012). Adaptasi bahasa dan Budaya inventori big five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189-207.
- Rengganis, N., Yusuf, M., & Hardjono. (2016). Hubungan antara stereotip daya tarik fisik dan kesepian dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sebelas maret. *Jurnal Psikologi*, 8(16), 1-14.
- Riset: Kecanduan Belanja Online Termasuk Masalah Kesehatan Mental*. (2019, November 17). Retrieved from Kumparan2019: <https://kumparan.com/kumparansains/riset-kecanduan-belanja-online-termasuk-masalah-kesehatan-mental-1sGUgCTvB8X>
- Rohimah, A., Tjahjono, E., & Pujiyanto, A. (2015). Analisis pengaruh inovasi produk dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku pembelian konsumen. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 1(1), 2-7.
- Saifuddin, A. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Setiawan, A. (2019). Hubungan antara perilaku konformitas dengan perilaku konsumtif saat belanja online shop pada mahasiswi angkatan 2016 fip universitas negeri surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(4), 1-5.
- Setiawati, F. S., & Nasution, I. N. (2019). Kepribadian Big Five terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea pada Remaja Fandom Korea. *PSYCHOPOLYTAN (Jurnal Psikologi)*, 3(1), 23-30.
- Srihartini. (2018). Pengaruh penggunaan metode problem solving terhadap hasil belajar ekonomi materi perilaku konsumen di kelas x sma negeri angkola selatan. *Jurnal Education and development*, 5(2), 15-23.
- Sumartono. (2020). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145-152.

- Taufik, T., Prihartanti, N., & Hamid, H. S. (2019). Neuroticism, Extraversion and Conscientiousness as Predictors of the Hedonistic Lifestyle. *North American Journal of Psychology*, 21(3), 645-660.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- TribunJogja. (2019, Februari 14). *Suami Mau Bunuh Diri Gara-gara Istri Kalap Belanja Online di Harbolnas*. Retrieved from TribunJogja: <https://jogja.tribunnews.com/2019/11/14/suami-mau-bunuh-diri-gara-gara-istri-kalap-belanja-online-di-harbolnas>
- Turkyilmaz, C. A., Erdem, S., & Uslu, A. (98-105). The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 2015.
- Utomo, G. (2013). Hubungan Antara Kepercayaan Pada Pedagang Internet Dan Kepribadian Big Five Dengan Intensi Membeli Pakaian Melalui Internet. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1), 1-15.
- Wahyuni. (2016). Pengaruh Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada PT Telkom, Tbk Witel di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 563-575.
- Wardhani, S. L., & Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh konformitas dan konsep diri (prestige) terhadap minat beli online mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(3), 347-363.
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41-19.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanti, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89-99.