

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiatma, W., & Christianto, L. P. (Eds.). (2019). Suara psikologi: untuk insan indonesia. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta. https://www.google.co.id/books/edition/Suara_Psikologi/owigDwAAQB_AJ?hl=id&gbpv=0,
- Aditya, Ascasaputra., Pramesty, K. Y., Lestari, W. P., Irawan, M. F. (2020). Perilaku pembelian impulsif mahasiswa di daerah Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15 (2) 260-273.
- Aliyati, P. D., Noviekayati, I. G. A. A., & Farid, M. (2020). The effect of self-concept training on impulsive buying tendencies for adolescents in Tulungagung.
- Alloway, T. P., Gerzina, A., & Moulder, R. (2016). Investigating the roles of affective processes, trait impulsivity, and working memory in impulsive buying behaviors. *Journal Comprehensive Psychology*. <https://doi.org/10.1177%2F2165222816659640>.
- APJII (2020, Juni). Survei internet apjii 2019-2020 [q2]. APJII. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2021 dari [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(apjii.or.id\)](http://AsosiasiPenyelenggaraJasaInternetIndonesia.apjii.or.id).
- Azwar, Saifuddin. (2017). Metode penelitian psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (2012). Penyusunan skala psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ceresnik, Michal. (2013). Self-regulation of adolescents, gender specifications. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 2365-2374.
- Cervone, D., & Lawrence, A. P. (2012). Kepribadian : teori dan penelitian. Jakarta: Salemba Humanika.
- Chairani, L. (2010). *Psikologi santri penghafal al-Qur'an: peranan regulasi diri*. Pustaka Pelajar.
- Darmawan, E. S. (2020, 15 Desember). Capai 20 juta paket pengiriman, j&t express catat rekor di harbolnas 12.12. *Kompas* [on-line]. [Capai 20 Juta Paket Pengiriman, J&T Express Catat Rekor di Harbolnas 12.12 \(kompas.com\)](http://Capai20JutaPaketPengiriman,J&TExpressCatatRekordiHarbolnas12.12(kompas.com)).

- Diba, D. S. (2014). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1 (3).
- Elena, Maria. (2021, 21 Oktober). Belanja online meningkat pesat, BI proyeksi transaksi e-commerce naik 48,4 persen tahun ini. *Ekonomi Bisnis* [online]. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211021/9/1456761/belanja-online-meningkat-pesat-bi-proyeksi-transaksi-e-commerce-naik-484-persen-tahun-ini>
- Fenton-O'Creevy, M., Dibb, S., & Furnham, A. (2018). Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: Can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation?. *Psychology & Marketing*, 35(3), 175-188.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan regulasi diri dengan pembelian impulsif remaja putri Bukittinggi terhadap produk pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5 (2), 3737-3743.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gasiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10 (2), 119-142.
- Gawi, R. M., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada produk fashion. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019 (2).
- Gestsdottir, S., Bowers, E., von E, A., Napolitano, C. M., & Lerner, R. M. (2010). Intentional self-regulation in middle adolescence: The emerging role of loss-based selection in positive youth development. *Journal of Youth and Adolescence*, 39, 764– 782.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2020). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz media.
- Gogoi, B., and Shillong, I. (2020). Do impulsive buying influence compulsive buying? *Acad. Market. Stud. J.* 24, 1–15.
- Helmi, A. F., Rembulan, C. L., Reginasari, A. (2020). Psikologi untuk Indonesia:

Isu-isu terkini relasi sosial dari interpersonal sampai interorganisasi. https://www.google.co.id/books/edition/Psikologi_Untuk_Indonesia/3VrDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pembelian+impulsif&pg=PA152&printsec=frontcover.

Iswara, A. J. (2019, 26 Maret). Belanja online di Indonesia dalam angka. *Good News From Indonesia* [on-line]. [Belanja Online di Indonesia dalam Angka \(goodnewsfromindonesia.id\)](http://goodnewsfromindonesia.id).

Kurniati, P. (2021, 12 Oktober). Sandiwara menantu, pakai uang mertua rp 26 juta untuk beli parfum dan baju, mengaku dirampok. *Kompas* [on-line]. [Sandiwara Menantu, Pakai Uang Mertua Rp 26 Juta untuk Beli Parfum dan Baju, Mengaku Dirampok \(kompas.com\)](https://kompas.com).

Kurniawan, A. W. (2016). Metode penelitian kuantitatif. Yogyakarta: Pandiva Buku.

Lenne, R. L., & Mann, T. (2020). Self-regulation. *The Wiley Encyclopedia of Health Psychology*, 623-630.

Manab, A. (2016). Memahami regulasi diri: Sebuah tinjauan konseptual. In *Seminar ASEAN Psychology & Humanity*.

Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2012). SPSS Exact Tests. SPSS 16.0 Manual, January 1996, 1-220.

Nurchayadi, G. (2021, 22 Oktober). Riset: 74,5% konsumen lebih banyak berbelanja online daripada offline. *Media Indonesia* [on-line]. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline>.

Periantalo, Jelpa. (2015). Penyusunan skala psikologi: Asyik, mudah & bermanfaat. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Pradipto, Y. D., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2015). Think again before you buy: the relationship between self regulation and impulsive buying behaviors among Jakarta young adults. *Procedia*, 222 (2016), 177-185.

Priyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Rangkuti, A. A., & Wahyuni, L. D. (2017). Analisis data penelitian kuantitatif berbasis classical test theory dan item response theory (Rasch model). *Universitas Negeri Jakarta*.

Riduwan. (2012). Metode & teknik menyusun proposal penelitian. Bandung:

Alfabeta.

Rodrigues, R. I., Lopes, P., & Varela, M. (2021). Factors affecting impulse buying behavior of consumers. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.697080>.

Saefudin, Wahyu. (2020). Psikologi pemasyarakatan. Jakarta: Prenadamedia Group.
https://www.google.co.id/books/edition/Psikologi_Pemasyarakatan/kbYP_EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0.

Samsu. (2017). Metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. Jambi: Pustaka Jambi.

Santrock, J.W. (2012). Life span development. Jakarta: Erlangga.

Sofi, S. A., & Nika, F. A. (2016). The role of personality in impulse buying behavior. *Jindal Journal of Business Research*, 5 (1), 26–50. doi:10.1177/2278682116674079.

Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R &D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta

Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa universitas diponegoro. *Jurnal Empati*, 4 (4), 32-37.

Sumarwan, Ujang., Jauzi, Ahmad., Mulyana, Asep., Karno, Bagio. Nugroho., Mawardi, Ponti. Kurniawan., Nugroho, Wahyu. (2018). Riset pemasaran dan konsumen seri: 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press. [Riset Pemasaran dan Konsumen Seri: 2 - Google Books](#).

Sumetha. & Vasanthi. (2016). Factors influencing online impulse buying behaviour. *Journal Academia and Society*, 2 (2), 28-31. ISSN 23939419; eISSN 23938919.

Supratiknya, Agustinus. (2015). Metodologi penelitian kuantitatif & kualitatif dalam psikologi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Supriadi, C. (2021, 20 Agustus). Loyalitas rendah, 52% konsumen indonesia

tertarik mengenal brand baru. *Marketing* [on-line]. [Loyalitas Rendah, 52% Konsumen Indonesia Tertarik Mengenal Brand Baru - Marketing.co.id](http://Loyalitas.Rendah.52%KonsumenIndonesiaTertarikMengenalBrandBaru-Marketing.co.id).

Suryani, H. (2016). *Quantitative research methods*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Solomon, M. R., White, K., Dahl, D. W., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Boston, MA: Pearson.

Sosianika, Adila., Juliani, Niky. (2017). Studi tentang perbedaan perilaku pembelian impulsif berdasarkan karakteristik konsumen.

Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Verplanken, B., Herabadi, A., & Knippenberg, A. V. (2009). Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12 (1), 20-31.

Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34 (2), 197-210.

Vohs, Kathleen. D., & Faber, Ronald. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33 (3), 537-47.

Yusuf, Muri. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.