

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, R. (2018). Pengaruh Konformitas dan Regulasi Emosi Terhadap Perilaku Cyberbullying. *Jurnal Psikoborneo*, 1-8.
- Astasari, A. R. (2012). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri. *Psikologi*, 1-12.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian Psikologi Edisi III*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2021). *Meode Penelitian Psikologi*. Celeban Timur UH III/548 Yogyakarta 55167: Pustaka Pelajar.
- Dittmar, H. &. (2018). excessive Consumers. *Journal of Economic Psychology*, 109-142.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers Kharisma Putra Utama Offset.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifa, H. P. (2019). HUBUNGAN KONFORMITAS ANTARA TEMAN SEBAYA DITINJAU DARI JENIS KELAMIN DENGAN KEPATUHAN TERHADAP TATA TERTIB SEKOLAH. *Jurnal Edukasi Jurnal Bimbingan Konseling*, 1-18.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset manajemen Sains Indonesia Vol 9 no.2*, .
- Herabad i, A. G., Verplanken, B., & Knippenberg, A. v. (2009). Consumption experience of impulse buying in indonesia: Emosional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 20-31.
- Monks. (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Revisi III*. Yogyakarta: : Gadjah Mada University Press.
- Nurhayati. (2017). Belanja "Online" Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa. *Aceh Anthropological Journal*, 1-22.
- Nurmayasari, A. (2014). Pengaruh Personality Trait, Konformitas, dan Faktor Demografi Terhadap Impulse Buying Pengunjung Mall di Kota Bogor. *Thesis, UIN Jakarta, Fakultas Psikologi, Jakarta*, .
- Paulus , H. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 1-6.
- Periantolo, J. (2020). *Penelitian Kuantitatif Untuk Paikologi*. Celaban Timur UH III/548 Yogyakarta 55167: Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).
- Purnama. (2015). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, .

- Putra, A. H., Said, S., & Hasan, S. (2017). Pengaruh Karakteristik Toko dan Produk Bagi Konsumen di Indonesia Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurna Manajemen dan Kewirausahaan*, 1-12.
- Putri. (2022). Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Barang Tiruan Produk Mode Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 51-68.
- Renanita, T. (2012). Kecenderungan Pembelian Impulsif Online ditinjau dari Penjelajahan Website yang Bersifat Hedonis dan Jenis Kelamin pada generasi Y. *Jurnal Indigenous*, 1-8.
- Salhefni. (2021). Analisis Kinerja Belanja Daerah Kabupaten Karawang Dan Tantangannya Dalam Mendukung Pencapaian Pertumbuhan Berkualitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 126-131.
- Silvera, D. L. (2008). Impulse Buying. The role of affect, Social influence, and Subjective Wellbeing. *Journal of Consumer Marketing.*, 25(1),23-33.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stress dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 1-6.
- Supratiknya, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dalam Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Verplanken, B. &. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self Regulation Approach. *J Consum Policy*,, 197-210.
- Wang, H. (2015). Study of Influencing Factors on Consumer Online Impulse Buying. *Management Science and Resarch. Vol. 4, Issue. 2,pp.*, 19-25.
- Wu, W. T.-C. (2010). The effect of Purchasing Situation and Conformity behaviour on young students impulse buying. *African Journal of Business Management*, 4(16), 3530-3540.