

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L. T., & Sarsono., (2018). Pengaruh Locus of Control eksternal terhadap perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa dengan jenis kelamin sebagai variabel moderator. *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*. 6(1), 1-10.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Jurnal Psikoborneo, Volume 6, No. 2, Hal. 410-419*
- Ashfaq, S., Kayani, G. M., & Ahmed, M. (2016). Impact of individualism, collectivism, mood, proximity and savings on impulsive buying behavior in Pakistan. *Journal of Scientific Research*, 24 (5), 1758-1765. doi: 10.5829/idosi.mejsr.2016.24.05.23260
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baihaqi, M.B. (2013). *Konsumen Indonesia Paling Doyan Belanja – Survei Nieslen*
- Berti. (2016). Hubungan antara harga diri dan penyesuaian diri siswi kelas X SMA Tarakanita 1. *Jurnal Psiko-Edukasi, Volume 14, Halaman 68-76, Mei 2016*.
- Darwin, M., Mamondol, R. M., Sormin, A. S., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, M. D. M. I., Prasetyo, B., Vianitati, P., Gebang, AA. (2021). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Dawson, S., & Kim, M. (2009). External and internal trigger cues of impulse buying online. *International Journal*. 3(1), 20-34
- Diba. (2013). *Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja. Psikoborneo, Vol 1, No 3, 2013: 185-191, 187*.
- Dwizota, K., Dudek, A., Ludwikowska, K., & Kowalski, D. (2016). *Value preferences in individuals with low and high self-esteem. Curr Probl Psychiatry, 17(2): 97-106. doi: 10.1515/cpp-2016-0011*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2014). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Gunawan, N., Limantoro, D. S., Istijanto, Handoko, R., Rustandi U. F. (2021). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Konsumen pada M-Commerce. *Kajian Branding Indonesia*. Vol. 3, No. 2, 2021.
- Feist, J., & Feist J. G. (2010). *Theories of personality*. Terj. Yudi Santoso, ed: 6. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Firdaus D., Yusuf U. (2018). Hubungan Antara Self esteem dengan Impulsive Buying. Prosiding Psikologi, ISSN: 2460-6448.
- Fikry, W. M. (2021). Hubungan Self esteem Dengan Impulsif Buying terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Perhotelan dan Parawisata Universitas Negeri Padang. *Socio Humanus*, Vol. 3 No. 1.
- Hadjali, Reza H., Salimi M., Ardistani S. M., (2012). *Exploring Main Factors Affecting On Impulsive Buying Behaviors*. Journal Of American Sains. 8(1), pp: 27-37
- Henrietta P. D. A. D. S., M. A. (2012). *Impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta. Henrietta, Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta*, 2.
- Feist, J., & Feist J. G. (2010). Theories of personality. Terj. Yudi Santoso, ed: 6. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kusuma, A. R., & Afdliah, R. (2012). Hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 1(1), 17-30.
- Lestari, M. R. (2017). Hubungan antara harga diri dengan impulsive. *Publikasi ilmiah*, 4.
- Mamuaya. (2018). *The Effect of Sales Promotion and Store Atmosphere on Hedonic Shopping Motivation and Impulsive Buying Behavior in Hypermart Manado City*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 13 No. 1, Mei 2018.
- Marwati, E. N. P. (2016). *Pelatihan berpikir optimis untuk meningkatkan harga. Jurnal Indigenous Vol. 1, No. 1, Mei 2016: 23-31, 24-25*.
- Mathai, S. T., & Shantaamani, V. (2016). Social pressure – Its impact on impulse buying behavior among the retail customers in Chochin City. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3 (8), 266-272
- Metha, C. R., & Patel, N. R. (2012). SPSS Exact Test. SPSS 16.0 Manual, January 1996, 1-220.
- Miranda, Y. C. (2016). *Kajian terhadap faktoryang mempengaruhi impulse buyingdalam online shopping. Kompetensi, Vol 10, No 1, April 2016, 69*.
- Nafeesa & Eryanti N. (2021). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying*. Cakrawala-Jurnal Humanioran dan Sosial , Vol 21 No. 2 September 2021, 82.
- Noor, J. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Periantalo, J. (2019). *Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Jogjakarta: Pustaka Belajar.

- Pratiwi & Safitri. (2020). Hubungan antara ketidakpuasan pada tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal anggota pusat kebugaran moethya. *Jurnal Empati, Vol 9, No 04*, 307.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purnama, R. A. (2015). Studi Deskriptif Mengenai Bentuk Impulse Buying Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran Usia 18-20 Tahun
- Putri, A. (2018). Pentingnya Orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *Schoulid: Indonesian Journal of School Counseling*.
- Rosadi, N. N. (2019). Kontribusi *Self Esteem* dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Santrock. (2011). *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup*. Edisi 13. Jilid I. Alih Bahasa: Benedictine, W. Jakarta: Erlangga
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). *Impulse Buying* pada Mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*. Vol. 2 No 2. ISSN:2548-4044
- Siregar. (2017). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Smartphone pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi* Vol. 10 No. 2 Desember 2017
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiowati, H. & Widodo, P. B. (2015). *Stres dan kecenderungan pembeli impulsif pada mahasiswa universitas diponogoro*. *Jurnal Empati*, Vol. 4(4), 32-37.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2009). Individual differences in impulsive buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Consumer Research*. 15, S71-S83
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulsive buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34, 197-210.
- Suhron, M. (2017). *Terapi dan Asuhan Keperawatan Konsep Diri*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wang, H. (2015). Study of Influencing Factors on Consumer Online Impulse Buying. *Management Science and Research*. Vol. 48, No. 8, pp. 230-327
- Wisnuwardani, A. S. (2020, November). Impulsif buying. *Pusat pelayanan tes dan konsultasi psikologi*. Diakses pada tanggal 12 November 2021 dari <http://usd.ac.id/pusat/p2tkp/impulsive-buying/>

