

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamuddin.,Rachmiatie, A., Abdullah, C. U., Triwardhani, I. J. (2022). *Islam, Media and Education in the Digital Era*.Bandung : CRC Press.
- Ariga, R. A., (2020) *.Konsep Pertumbuhan Dan Perkembangan Dalam Berbagai Usia Seri Buku Ajar*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Aprillia, R., & Nio, S. R. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswa*.
<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/6350/3270>
- Astand, T. (2023). *Populix Ungkap Sifat Masyarakat Indonesia saat Belanja Online : Impulsif*. Agustus 30, 2023
<https://shorturl.at/lwEPZ>.
- Azwar, S. (2010).*Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Balik, D, &Tupamahu, F. A. S. (2020).*Efek moderai control diri pada hubungan sifat materialism terhadap pembelian impulsive online*. Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis, Vol.1, No 2.
- Baskara, T.T.Y., & Umayu, Q.M.U. (2021). *Karya Kreatif Era Pandemi*. Semarang : Univesitas Katholik Soegijapranata.
- Borba, Michele. (2008). *MembangunKecerdasan Moral*. Jakarta: Gramedia. PustakaUtama.
- Charan, Y.Y.P&Rahayu, M.N.M. (2022).*Self- Control dan Impulsive Buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi*. Psiko borneo Jurnal Ilmiah Psikologi.
- Dalgic, T., Unal, S. (2018).*Utilizing Consumer Psychology in Bussiness Strategy*.USA : IGI Global.
- Danim, S. (2002).*Riset Keperawatan :Sejarah dan Metodologi*. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC.

- Darma, B. (2021). *UjiValiditas, UjiReliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Bogor :Guepedia.
- Darmawan, E.S (2022). Hasil Riset Ipsos : *Shopee jadi E-commerce yang paling banyak digunakan pada 2021*.September 13, 2022.
<https://amp.kompas.com/money/read/2022/01/31/204500426/> hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada-2021.
- Efendi, R ., & Sukidjo, S.I. (2019). *The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Moderated by Peers*.
<https://doi.org/10.32479/ijefi.7738>
- Engel, J. F. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta :Binarupa Aksara.
- Ernestivita, G., Budiyanto.,Suhermin. (2023). *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Fisyahri &Muhid, A. (2020). *Self Control, extrovert personality and impulsive buying behaviors among online gamers: Kontrol diri, kepribadian ekstrovert dan perilaku impulsive buying pada pemain game online. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*.
 doi : 10.32734/psikologia.v17i2.9538
- Fadhilah, M. F. (2021). *Hubungan Self Control Dengan Impulsive Buying Pada Perempuan Dewasa Awal*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Fauzia, M. (2019). *Perempuan Indonesia Belanja Online : Impulsif hingga Tergiur Gratis Ongkir*. September 16, 2022
<https://amp.kompas.com/money/read/2019/04/04/123029126/perempuan-indonesia-belanja-online-impulsif-hingga-tergiur-gratis-ongkir>.
- Fithriyani, S.A, Ratnaningtyas, A, Prihandini, R. G. (2022). *Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee ditinjau dari Kontrol Diri*.Jakarta : Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul.
- Ghufron M. N.& Risnawati R.S. (2012). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

- Handayani, S. (2010). *Laris Manis Jual-Beli Lewat Kaskus*. Yogyakarta :Media Kom.
- Henrietta, P. (2012). *"Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di YOGYAKARTA"*. Jurnal Psikologi Undip, vol. 11.
- Herabadi, A.G. 2003. *Buying Impulses - A Study on Impulsive Consumption*. University of Nijmegen.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kuantitatif dan Mixed Methode*. Kuningan : Hidayatul Quran Kuningan.
- Hoyer, W. D., Maccinis, D., Pieters, R., Chan, E., Northey, G.(2018) *Consumer Behaviour 1st Edition*. Australia : Cengage Learning New Zealand.
- Huang, X. &Cai, R. (2021). *Does Product Semantics Matter in Stimulating Impulse Buying Behavior for Internet Product?.*Journal *Frontiers in Psychology*.doi : 10.3389/fpsyg.2021.676086
- Hurlock, E.B (2002). *Psikologi Perkembangan. 5th edition*. Jakarta : Erlangga.
- Julkarnain, I. (2021). *Merawat Harapan, Menjaga Masa Depan "Tentang perjuangan yang harus dijaga serta impian yang mesti diwujudkan*. Bogor : Guepedia.
- Kotler & Keller (2016).*A Framework for Marketing Management. Journal of marketing managementa Sixth Edition Global Edition*. Perason Education Limited
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online*. *Jurnal Psikologi Universitas Surabaya*, 2(3).
- Laudon, K. C., &Traver, C. G. (2017). *E-Commerce : Business, Tecnology, Society*. (12th ed.). England: British Library.

- Liswantiani, E., Nugrahanta, G. A. (2020). *Mengoptimalkan Karakter Kontrol Diri Anak dengan Sarana Permainan Tradisional*. Yogyakarta : Cv. Resitasi Pustaka
- Messina, J. J., & Messina, C. M. (2003). *Developing self-control*. Retrieved September 23, 2020
<http://coping.us/toolsforhandlingcontrol/developingselfcontrol.html>
- Muzammil, I. F. S, Utami, B.A, Rista, K. (2022). *Impulsive Buying Pada Perempuan Dewasa Awal :Bagaimana Peran Self-Control?. Jurnal Of Psychological Research*, Vol 2 (3) 385-393
- Nagadeepa, C., Shirahatti, D., Sudha. (2021). *Impulse Buying : Concepts , Frameworks and Consumer Insights*. India : Shanlax Publications
- Nicols, D. (1998). *God's Plans for Your Finances.....*: Whitaker House
- Pandrianto, N, Oktavianti, R, Sari,W,P. (2020). *Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Papalia, D. E., Old s, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development. Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Purnomo, R.A (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS : Edisi 2*. Ponorogo : CV. WADE GROUP.
- Rahmawati, I, Sa'adah, L., Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif*. Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasabullah.
- Randhawa, K. K. (2022). *Measurement of Effect of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behaviour*. India : Shaswat Publication.
- Riyanto, S. Hadmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Saiffudin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta : Kencana (Devisi dari Prenada media Group).

- Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2021). *Pengantar Statistika*. Makassar :Liyan Pustaka Ide.
- Santoso, S.(2010). *Statistik Multivariat Jakarta* : PT. Elex Media Komputindo.
- Santrock, J.W. (2002). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga
- Saputra, D. N., Listyaningrum, N., Leuhoe, Y., Apriani., Asnah., Rokhayati, T. (2022). *Metodologi Penelitian*. Palu : CV Feniks Muda Sejahtera.
- Sekarningrum, H. R. V., Nugrahannta, G. A. (2020). *Menumbuhkan Karakter Kontrol Diri Anak Melalui Permainan Tradisiona*. Yogyakarta : CV. Resitasi Pustaka.
- Siregar, F.D (2021). *Peran Self- Control Pada Shopaholic*. *Jurnal Psikologi Universitas Sumatera Utara*. Vol (7)
- Shofwan, H. (2010). *Pengaruh Dimensi Big Five Personality Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif*. Padang: Universitas Sumatra Barat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Afabeta.
- 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, 271-324
- Teofilus & Febry, T. (2020). *SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Tinarbuko, S . (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya* . Jakarta : Kompas.
- Utami, C.W. 2010.*Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. *European Journal of Personality*. 15, S71-S83.P
- Verplanken, B & Sato, A. (2011). *Hubungan Antara Mood Dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Kosumen Department Store Di Kota Malang*. 15, S71-S83.
- Widya & Whyosi. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. <http://dx.doi.org/10.24036/jkmw0255200>
- Wulan, N. A., Dianti, I. R. R., Anas, D. Z., Ilmi, F.M., Supri, B. N. K., Qur'aniyah, I. A., Sari, N. E., Bagaskoro, B., Fatima L., Azizah, S.N. (2022). *Literasi Teknologi di Era Disrupsi "Catatan Kritis Mahasiswa"*. Semarang : CV. Alinea Media Dipantara.
- Yusnita, N., Gursida, H. (2023). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen : Konsep dan Implementasinya*. Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia.