

## DAFTAR PUSTAKA

- Anitasari, M., & Zoniarti. (2024). *Faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya Impulsive Buying Dalam Berbelanja Online Di Shopee Factors Influencing Impulsive Buying In Online Shopping At Shopee*. 63–70. <https://proceeding.unived.ac.id/index.php/sn-emba/article/view/206>
- Axa, C., Kristiawan, Y., & Wijono, S. (2024). *Konformitas Dan Impulsive Buying Remaja Kelas 12 Di Sma X Ambarawa Yang Berbelanja Menggunakan E – Commerce*. 8(5), 283–291. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jkim/article/view/1635/1902>
- Azwar, S. (2023). *Penyusunan Skala Psikologi* (edisi 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2015). *Psikologi sosial jilid 2* (O. M. Dwiasri, A. Maulana, & S. Saat (eds.); 13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial* (W. C. Kristiaji & R. Medya (eds.); Edisi 10). Jakarta: Erlangga.
- Datanesia. (2022). *10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia*. Datanesia. <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>
- Ernayanti, Ni Made Desi Marheni, A. (2019). Peran konformitas teman sebaya dan self monitoring terhadap impulsive buying pada remaja madya putri di Denpasar Ni Made Desi Ernayanti dan Adijanti Marheni. *Jurnal Psikologi Udayana*, 000, 226–236. <https://jurnal.harianregional.com/psikologi/id-47166>
- Faradianti, M., Hayati, Y., & Zulfadhli. (2018). Konformitas Dalam Novel Trilogi Dilan Karya Pidi Baiq. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 6(1), 9. <https://doi.org/10.24036/81008960>
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan regulasi diri dengan pembelian impulsif remaja putri Bukittinggi terhadap produk pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2017), 3737–3743. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1454>
- Gommans, R., Sandstrom, M. J., Stevens, G. W. J. M., ter Bogt, T. F. M., & Cillessen, A. H. N. (2017). Popularity, likeability, and peer conformity: Four field experiments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 73(October), 279–289. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.10.001>
- Gulfraz, M. B., Sufyan, M., Mustak, M., Salminen, J., & Srivastava, D. K. (2022). Understanding the impact of online customers' shopping experience on online impulsive buying: A study on two leading E-commerce platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68(December 2021), 103000. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103000>

- Gunawan, P. A., Trisnani, R. P., & Suharni. (2024). Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Agresif Siswa. *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling)*, 8(1), 40–46. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/article/view/6369>
- Herabadi, A. G., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (2009). Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12(1), 20–31. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2008.01266.x>
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Hurlock, E. B. (1980). *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (R. M. Sijabat (ed.); Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Irfatin, L., & Abdurrohman. (2021). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Skincare Scarlett Pada Mahasiswi Di Unissula. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Kementrian Perdagangan Indonesia. (2024). *Perdagangan Digital ( E-Commerce ) Indonesia Periode 2023*.
- Lianto, A. L., & Meike Kurniawati. (2024). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive buying dengan Self-control sebagai Moderator pada Dewasa Awal. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 66–76. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2656>
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce. *Psycho Idea*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v21i1.15752>
- Makki, S. (2021). *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>.
- Marwa, R. R., Sofwa, S. R., & Wulandari, D. (2021). Hubungan intensitas penggunaan instagram dengan impulse buying pada remaja perempuan di jakarta. *INQUIRY Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 53–66. <https://www.google.com/search?q=About+https://journal.paramadina.ac.id/index.php/inquiry/article/view/537&tbm=ilp&ctx=atr&sa=X&ved=2ahUKEwidyZLxscqLAXWNg2MGHUZXJmgQv5AHegQIABAD>
- Mehrabian, A., & Stefl, C. A. (1995). Basic Temperament Components of Loneliness, Shyness, and Conformity. *Social Behavior and Personality: An*

- International Journal*, 23(3), 253–263.  
<https://doi.org/10.2224/sbp.1995.23.3.253>
- Meilani, N. P. K., & Tobing, D. H. (2023). Dampak Konformitas Teman Sebaya Pada Remaja: Systematic Review. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2544–2559. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4534>
- Muharsih, L., Simatupang, M., & Mutma'inah, A. (2023). Konformitas Dan Emosi Positif Sebagai Prediktor Dari Kecenderungan Pembelian Impulsif Konsumen Belanja Online. *PSYCHOPEDIA: Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 8(2), 20–30. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v8i2.6120>
- Mulindra, A. B., & Ariani, L. (2023). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja The Effect of Peer Conformity on Consumptive Behavior in Adolescents. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 4(2), 54–60. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.51849/j-p3k.v4i2.201>
- Myers, D. G. (2014). *Social Psychology* (D. Mandasari (ed.); Edisi 10). Jakarta: Selemba Humanika.
- Nurdin, F. S., Sutarmin, M. D. P., & Fitriah, E. A. (2024). Konformitas Teman Sebaya sebagai Moderator antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 15(2), 60–67. <https://doi.org/http://doi.org/10.29080/jpp.v15i2.1284>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF BELANJA ONLINE PADA KARYAWAN DEPARTMENT STORE. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1177–1187. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2023). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(01), 888–896. [https://www.google.com/search?q=Pratiwi%2C+A.%2C+%26+Rahmasari%2C+D.+\(2022\).+Pengaruh+Konformitas+Dan+Regulasi+Diri+Terhadap+Perilaku+Impulsif+Membeli+Pada+Dewasa+Awal+The+Effect+of+Conformity+and+SelfRegulation+on+Impulsive+buying+Behavior+in+Early+Adult](https://www.google.com/search?q=Pratiwi%2C+A.%2C+%26+Rahmasari%2C+D.+(2022).+Pengaruh+Konformitas+Dan+Regulasi+Diri+Terhadap+Perilaku+Impulsif+Membeli+Pada+Dewasa+Awal+The+Effect+of+Conformity+and+SelfRegulation+on+Impulsive+buying+Behavior+in+Early+Adult)
- Pratiwi, V. A., Mirahwati, I., Fitalisma, G., & Nawawi, R. (2025). *Factors Influencing E-Commerce Purchase Decisions in Rural Areas: A Study on User Convenience and Consumer Trust*. 2(1), 93–101. DOI: <https://doi.org/10.56916/jmrd.v2i1.982>
- Pusvitasari, P., & Jayanti, A. M. (2021). Strategi Coping dan Kecemasan Berbicara di Depan Umum pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Psikomuda Connectedness*, 1(2), 21–31. <https://e->

journal.unimudasorong.ac.id/index.php/jipmc/article/view/1250

- Putri, S. M., Ramadhani, A., & Rasyid, M. (2022). Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Barang Tiruan Produk Mode pada Remaja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 51–68. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7105>
- Rahmayanthi, R. (2017). Konformitas Teman Sebaya dalam Perspektif Multikultural. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i1.6052>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Sahidin, M., & Insan, I. (2022). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive Bullying Pada Mahasiswa Baru 2021 di Asrama Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, 5(2), 109–114. <https://doi.org/10.36761/jp.v5i2.2118>
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup* (I. N. Sallama (ed.); Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Saragih, C. M., & Pusvitasari, P. (2022). Kecemasan Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Selama Pandemi Covid-19. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(3), 608. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i3.8538>
- Sears, D. ., Freedman, J. L., & Paplau, I. A. (1985). *Psikologi Sosial* (M. Adryanto (ed.); Jilid 2 /). Jakarta: Erlangga.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170–183. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/view/2449>
- Sidarsi, K. P., & Putra, K. E. S. (2024). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare Pada Mahasiswi Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 267–276. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/76302/29921>
- Stern, H. (1962). The significance of buying impulse today. *Journal of Marketing*, 26(2), 59–62. <https://www.jstor.org/stable/1248439?origin=crossref>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, D. (2022), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>

- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197–210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>
- Wardani, A. S. (2020). *Survei: Milenial dan GenZ Mendominasi Tren Belanja Online Saat Pandemi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4415768/survei-milenial-dan-genz-mendominasi-tren-belanja-online-saat-pandemi?page=3>
- Wulandari, A., Wahyuni, D. P., & Nastain, M. (2021). Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee di Yogyakarta. *Journal Of Media and Communication Science*, 4(3), 123–134.
- Wulandari, N. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Ekonomi dan Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1), 2728–2734. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6710>
- Yemisa, C., Ningsih, Y. T., Psikologi, J., Psikologi, F., & Kesehatan, D. (2023). *Kontribusi Konformitas Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang*. 6, 1520–1525. <https://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/ES/article/download/1749/999>
- Yuliasari, H. (2020). Pelatihan Konselor Sebaya Untuk Meningkatkan Self Awareness Terhadap Perilaku Beresiko Remaja. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1), 63–72. <https://doi.org/10.17509/insight.v4i1.24638>
- Zhou, H., & Gu, Z. (2015). The Effect of Different Price Presentations on Consumer Impulse Buying Behavior: The Role of Anticipated Regret. *American Journal of Industrial and Business Management*, 05(01), 27–36. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2015.51004>