

### Daftar Pustaka

- Alamanda, L., & Soetjningsih, C. H. (2023). Kontrol Diri dan Impulsive Buying Produk Fashion pada Mahasiswa Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Pengguna E-Commerce Shopee. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial dan Bisnis*, 1(4), 420-426.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gadiah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123-130.
- Anafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *PSIKODINAMIKA: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 020–027. <https://media.neliti.com/media/publications/360039-a-pengaruh-kontrol-diri-terhadap-perilak-8fe5520a.pdf>
- Arisandy, D. (2017). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 11(1), 63–74. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/download/9/3/>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychologicalbulletin*, 80(4),286.<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0034845>
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81–88.
- Bantam, D. J., Shiddiq, M. A., Putra, A. W., & Saputra, A. (2024). Gambaran Gaya Kepemimpinan Transformasional yang Efektif untuk Memimpin Generasi Z. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2), 156-170.
- Baumeister, R. F. (2002). Purchasing, Impulsive Behavior, Consumer. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 28(4), 670–676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Baumeister, R. F., Sparks, E. A., Stillman, T. F., & Vohs, K. D. (2008). Free will in consumer behavior: Self-control, ego depletion, and choice. *Journal of Consumer Psychology*, 18, 4-13. doi: 10.1016/j.jcps.2007.10.002
- Bencsik, A.H.C. (2016). Y and Z Generation at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 90-106.
- Clouthier, K., Trecartin, A., Saintilus, I., Jean-Baptiste, B., Charles, P., Eyssallenne, A., Stein, J., Ford, H., & Silverman, A. (2017). Management of a posterior mediastinal Gardner fibroma causing critical airway stenosis in a resource limited setting. *Journal of Pediatric Surgery Case Reports*, 20, 17–

20. <https://doi.org/10.1016/j.epsc.2017.02.011>

Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.2>

Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia

Dewi, R. P., Oktavia, K. B. R., & Murdiyani, H. (2024). Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Aplikasi Online Shopping Di Rusun Randu Surabaya. *Journal Of Comprehensive Science*, 3(1), 151–157.

Dyatmika, P. B. P., Weliangan, H., & Huda, N. (2023). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Shopee Paylater Ditinjau Dari Mindfulness. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 2(4). <https://doi.org/10.35760/arjwa.2023.v2i4.9060> 179-19

Safitri, E. E., Syah, M. E., & Jayanti, A. M. (2022). Hubungan kontrol diri (self control) dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Fitriani, N., Adhavia, F. B., Melia, D., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Analisis Perilaku Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Platform Tiktok Shop Di Universitas Islam Negeri Walisongo. *Investama: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(01), 72–86. <https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v10i01.1096>

Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori-teori Psikologis* (p. 202).

Hasanah, F., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Aplikasi Tiktok Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 348-360.

Henrietta. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.

Herdiany, H. D., Utomo, C. W., Aryandha, P. N., & Jadi, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying. *JCOMMENT (Journal of Community Empowerment)*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v3i2.257>

Irsyadi, F. Y. Al, Priambadha, A. P., & Kurniawan, Y. I. (2020). Game Edukasi Bahasa Arab untuk Siswa Kelas IV di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nahdlatul Ulama Cepogo. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, Volume 10(April), 12. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>

Istiqlal, arfian hatta. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Impulse Buying.

*Skripsi.*

- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163–176.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61-71.
- Komalasari, P. S., Tubagus Surur, A., Sukron, A., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (2023). Transformasi Dunia Pasar Tradisional Menjadi Dunia Bisnis Online Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(2), 367–375.
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35–48. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1381>
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2023). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Dewasa Awal. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5817–5828. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.7212>
- Muazam, A. R. (2020). Transaksi e-commerce didominasi Generasi Z dan milenial. *Alinea. com*.
- Nadhira, D. S., & Lusiria, D. (2025). *Differences in Impulsive Buying Tendencies Based on Gender of College Students Who Use E-Commerce Perbedaan Kecenderungan Impulsive Buying Berdasarkan Gender Mahasiswa Yang Menggunakan E-Commerce*. 2(2), 78–84.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Octavia, D. (2016, March). The differences of online and in-store impulse buying behavior using stimulus and response model. In *3rd International Seminar and Conference on Learning Organization* (pp. 149-151). Atlantis Press.
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Pawarti, N., Iqbal, M., Ramdini, D. A., & Yuliyanda, C. (2019). Er Rp a Us. *Skripsi*, 1–10. <http://repository.unjaya.ac.id/id/eprint/641/3/Bab>

1\_182303018\_Fa\_niy Gading\_Psikologi.pdf

- Putra, A. A., & Rumiani. (2013). Kecerdasan Emosi dan Impulse Buying Online Pada Anggota Forum Kaskus di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Integratif*, 1(1), 156–164. <http://www.detikinet.com/>
- RAHMAWATI, T. (2024). *Pengaruh Kontrol Diri Dan Harga Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare Pada Wanita Dewasa Awal Di Dki Jakarta*. 222–229. <https://repository.mercubuana.ac.id/86560/>
- Rahmadhani, N., & Bakar, R. M. (2023). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 554–562.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76–89. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3568>
- Saragih, C. M., & Pusvitasari, P. (2022). Kecemasan Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10, 608–619.
- Sifa, M. A. (2024). *Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Era E - Commerce : Studi Kasus tentang Belanja Online dalam*. 6(1), 274–286.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suarna, I. F., Marhamah, M., & Nurhalijah, I. S. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 177–184.
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 12(1), 274–282.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 1(2), 115–136. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v1.i2.p115-136>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>