

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, R., Cahyani, D. K., Ranjanu, N., & Pramesti, S. W. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop. *Jurnal Potensial*, 2(2), 184-191. <https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial/article/view/548/373>
- Agustina, R. S., Mufti, A. M., Rahmawati, I., & Fahrani, I. (2024). Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 3(01). <https://ejournal.stais.ac.id/index.php/j-ebi/article/view/291>
- Aini, A. N. (2023). Analisis Perilaku *Impulsive Buying* Belanja Online Produk *Fashion* Dalam Perspektif Ekonomi Islam. [https://repository.uinsaizu.ac.id/28096/1/Annisa%20Nur%20Aini\\_ANALISIS%20PERILAKU%20IMPULSIVE%20BUYING%20BELANJA%20ONLINE%20PRODUK%20FASHION%20DALAM%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/28096/1/Annisa%20Nur%20Aini_ANALISIS%20PERILAKU%20IMPULSIVE%20BUYING%20BELANJA%20ONLINE%20PRODUK%20FASHION%20DALAM%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM.pdf)
- Al Dhuha, S., Setiawati, O. R., Lestari, S. M. P., & Rukmono, P. (2020). A Kontrol Diri dengan Motivasi Belajar SMA Negeri 1. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 9(1), 190-196. doi: <https://doi.org/10.35816/jiskh.v11i1.238>
- Aluwan, Nada Kamila dan Rahmah, D. D. N. (2021). Hubungan Peran Selebriti Instagram dengan Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Mahasiswa di Kota Samarinda. *Aluwan Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. 9. <https://scholar.archive.org/work/fdeytcws3rhgffy3mot32i4dy/access/wayback/http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/5960/pdf>
- Amallia, A. R., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Live Shopee dan Product Browsing terhadap Online Impulsif Buying melalui Shopping Enjoyment pada Produk *Fashion* (Studi Empiris pada Mahasiswa Pelanggan *E-commerce* Shopee di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3809-3833. doi: <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v17i6.2815>
- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2021). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap impulsive buying pada mahasiswi pengguna *E-commerce* shopee. In *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul* (Vol. 1, No.01). <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/207>

- Andani, M., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Preferensi Konsumen Muda pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 370-379. doi: <https://doi.org/10.29407/te4k6v72>
- Anggraini, D., Azman, H. A., Hasanah, N. F., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 618-629. doi: <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7963>
- Annabila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27. doi: <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1). <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-F11A-1700.html>
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *E-commerce* shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102. doi: <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i9.42541>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological bulletin*, 80(4), 286. doi: <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Ayuning, S. S., Nurprapti, N., & Witantira, A. P. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Produk Pada Aplikasi Shopee Indonesia (Survei Pada Mahasiswa Aktif Universitas Sultan Ageng*. <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/1404>
- Azizah, N. (2022). *Persepsi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Angkatan 2018 Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Shopee dan Tinjauan Fiqh Muamalah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <http://repository.uin-suska.ac.id/61777/>
- Azwar, S. (2023). Penyusunan skala psikologi (Edisi ke-3). *Pustaka Pelajar*.

- Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. (2025). Proyeksi penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di D.I. Yogyakarta (jiwa), 2025. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTc0IzI=/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-d-i-yogyakarta-x-1000-2017-2025.html>
- Cholili, A. H., Inayah, I., & Aghniacakti, A. (2024). Self-control and website quality on impulsive buying of Shopee user students. *Kesans: International Journal of Health and Sciences*, 3(7), 271-280. doi: <https://doi.org/10.54543/kesans.v3i7.288>
- Dara.co.id. (2024). *Tren Belanja Online 2024: 62% Gen Z Belanja via Live Shopping*. Diakses pada 19 Februari 2025, dari <https://www.dara.co.id/tren-belanja-online-2024-62-gen-z-belanja-via-live-shopping>.
- Datanesia. (2022). Pasar menggiurkan *E-commerce*. Diakses pada tanggal 22 Februari 2025, dari <https://datanesia.id/pasar-menggiurkan-E-commerce/>.
- Desty, N. N., Putranti, L., & Annisa, F. N. (2023). Pengaruh Faktor Internal Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada Generasi Z. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(2), 239-255. doi: <https://doi.org/10.37112/bisman.v6i2.2716>
- Dur, S., Cipta, H., & Lestari, L. (2022). Persentase Pengguna Situs Belanja Online pada Mahasiswa di Sumatera Utara. *SITek (Jurnal Sains, Informasi dan Teknologi)*, 1(1),30-35. <https://jurnal.insanciptamedan.or.id/index.php/sitek/article/view/15>
- Dwijayanti, S. K. N. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* di Marketplace Shopee:(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2),148-156. <https://journalcenter.org/index.php/jempper/article/view/356>
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan self control ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk *fashion* pada mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 01-19. doi: <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>

- Fadhilah, M. F. (2021). Hubungan Self Control dengan Impulsive Buying Pada Perempuan Dewasa Awal Skripsi. <https://core.ac.uk/download/pdf/479354492.pdf>.
- Fajeri, S. N., Handayani, P. K., & Linsiya, R. W. (2023). Gambaran Quarter Life Crisis pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang sedang Mengerjakan Skripsi. *Naskah Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 3, 1472-1487. <http://repository.unmuhjember.ac.id/16517/1/ABSTRACT.pdf>
- Fauzi, A. K. P. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *IJBITH Indonesian Journal of Business Innovation, Technology and Humanities*, 1(1), 86-98. <https://journal.drafpublisher.com/index.php/ijith/article/view/156>
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53-62. doi: <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna E-commerce shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA of Psychology*, 3(01), 66-72. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/189/0>
- Fitrah, R. A., Zubair, A. G. H., & Purwasetiawatik, T. F. (2024). Hubungan Stres Akademik dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(2), 513-520. doi: <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i2.3428>
- Ghufron, N. M., & Risnawita, R. (2016). Teori-teori Psikologi. *Ar-Ruzz Media*.
- Gunawan, I. (2017). Pengantar Statistik Inferensial Ed. 1, Cet. 1. *Raja Grafindo Persada*.
- Haryani, S. D., Syaf, A., & Fadhli, M. (2022). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Remaja. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 5(1), 25-34. doi: <http://dx.doi.org/10.24042/ajp.v5i1.14018>

- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, B., & Ahmad, M. A. (2018). Metodologi Penelitian (Cet I). *Gunadarma Ilmu, Jakarta*.
- Islami, C. M., Umari, T., & Donal, D. (2023). Perbedaan tingkat kontrol diri (*self control*) siswa laki-laki dan perempuan dari urutan kelahiran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28894–28898. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11603>
- Karimuddin, A., Jannah, M., Aiman, U., Suryadin, H., Fadilla, Z., Taqwin, M., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Sigli: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna *E-commerce*: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 625-632. doi: <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). Statistik pendidikan tinggi di Indonesia. *PDDikti*. dari <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/statistik>
- Khaerunnisa, S., & Ramantoko, G. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Cirebon Di Tokopedia. *eProceedings of Management*, 9(5). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/18382/17988>
- Lathifah, L. (2021). *E-commerce* Toko Fisago. Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285-303. doi: <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2023). Hubungan antara konformitas dengan perilaku *impulsive buying* pada dewasa awal. *Innovative: journal of social science research*, 3(6), 5817-5828. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7212>
- Marhumi. (2024). Pengaruh *E-commerce* terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Z di Kota Purwakarta. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 7234–7246. doi: <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13281>
- Media Indonesia. (2024). Pasar *E-commerce* Indonesia terbesar ketiga di dunia, tren belanja online konsumen terus meningkat. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/678549/pasar-E->

[commerce-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-tren-belanja-online-konsumen-terus-meningkat](#)

- Miranda, Y.C. 2016. “Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Dalam Online Shopping”. *Kompetensi*, Vol 10, No 1. Universitas Manchung. doi: <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v10i1.3424>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). The effect of fear of missing out (fomo) and peer conformity on impulsive buying in semarang city students (study on tiktok shop consumers). *Experimental Student Experiences*, 3(4), 687-695. <https://doi.org/10.58330/ese.v1i8.277>
- Mukaromah, M. A., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(02), 117-124. doi: <https://doi.org/10.35814/mindset.v12i02.2276>
- Murlisa, L., & Humaira, J. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Produk, Harga Dan Minat Beli Di *E-commerce* Shopee (Studi Di Stain Teungku Dirundeng Meulaboh). In *PROCEEDINGS: Dirundeng International Conference on Islamic Studies* (pp. 173-184). doi: <https://doi.org/10.4749F8/dicis.v2i1.1355>
- Nadhira, D. S., & Lusiria, D. (2025). Differences in Impulsive Buying Tendencies Based on Gender of College Students Who Use *E-commerce*. In *Trend: International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 2(2), 78-84. <https://doi.org/10.62260/intrend.v2i2.362>
- Nurlinda, R., & Yuliyani, A. (2021). Analisis perbedaan perilaku impulse buying berdasarkan gender pada marketplace tokopedia. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 12(02), 1-14. [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Article-18852-5\\_0681.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Article-18852-5_0681.pdf)
- Nugroho, R. H. S. (2024). Biaya hidup mahasiswa Jogja melonjak, tren gaya hidup jadi biang keladi. *Tribun Jogja*. Diambil dari: <https://jogja.tribunnews.com/2024/08/09/biaya-hidup-mahasiswa-jogja-melonjak-tren-gaya-hidup-jadi-biang-keladi>.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40. <http://doi.org/10.29080/jpp.v11i1.350>

- Perianto, E. (2021). Hubungan Antara Self Control Dan Self Esteem Dengan Perilaku Menyontek Pada Peserta Didik Di Sekolah Menengah Pertama Di Yogyakarta. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 7(1), 25-33. doi: <http://dx.doi.org/10.31602/jbkr.v7i1.4884>
- Prihartono, M. N., Sutini, T., & Widiarti, E. (2018). Gambaran resiliensi mahasiswa tahun pertama program a2016 Fakultas Keperawatan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*, 6(1). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=668242&val=10495&title=Gambaran%20Resiliensi%20Mahasiswa%20Tahun%20Pertama%20Program%20A2016%20Fakultas%20Keperawatan%20Universitas%20Padjadjaran>
- Populix. (2023). *Shopee Jadi E-commerce Paling Populer di Indonesia*. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/06/08/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Pramudyasari, A. R., Soetjningsih, C. H., No, J. D., & Sidorejo, K. S. (2023). Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Produk Kecantikan Pada Anggota Komunitas Discountfess Pengguna E-commerce. *Jurnal Ilmiah PSYCHE Vol, 17(2)*, 85-98. <https://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/jurnalpsyche/article/view/3470>
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 107-117. doi: <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6710>
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., & Putrianti, F. G. (2022). Impulsive buying ditinjau dari kontrol diri pada mahasiswi penggemar k-pop di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104-112. doi: <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>
- Ravenska, N., & Zulvia, P. (2022). Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender: Evaluasi Program A-life. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 15-26. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.133>

- Rinonce, E. M., & Jannah, M. (2024). Kecenderungan Online Impulsive Buying Ditinjau dari Jenis Kelamin. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 156-164. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11i1.61024>
- Rachmawati, A. (2022). Pengaruh *E-commerce* Dan Diskon Online Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 2(2), 142-159. <https://doi.org/10.32509/jakpi.v2i2.2069>
- Riadi, D. E. (2016). Statistika Penelitian (Analisis Manual Dan IBM SPSS), ed. by Th. Arie Prabawati (Yogyakarta: Andi Yogyakarta).
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). Self Esteem and Impulsive Buying: Study on Online Shopping Behavior: Mempelajari perilaku pembelian online. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 66-71. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i1>
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). pengaruh motivasi belanja hedonis, diskon harga dan tagline “gratis ongkir” terhadap keputusan pembelian impulsif secara online di shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3841>
- Safitri, R. D., & Rezza, M. (2025). Membedah Tren Tingginya Angka Pengangguran Terbuka Pada Gen Z Di Indonesia. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(1), 636-649. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2228>
- Saragih, C. M., & Pusvitasari, P. (2022). Hubungan antara kecemasan dengan perilaku pembelian impulsif pengguna *E-commerce* di masa pandemi Covid-19. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(3), 608–619. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i3.8538>
- Sari, P. P., & Jayanti, A. M. (2020). Perbedaan penyesuaian diri mahasiswa ditinjau dari strategi coping. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/10.31293/mv.v3i1.4793>
- Sembiring, N. S. (2024). Hubungan Self Control dengan Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Diakses dari: <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/23649>

- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 970-980. doi: [10.36778/jesya.v7i1.1505](https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1505)
- Setyowati, D. (2023). *Riset: Pedagang lebih untung di Shopee ketimbang TikTok dan Tokopedia*. Katadata.co.id. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://katadata.co.id/digital/E-commerce/6510ed60c8a2d/riset-pedagang-lebih-untung-di-shopee-ketimbang-tiktok-dan-tokopedia>
- Shahnaz, K. (2022, Agustus 23). *Survei: Shopee jadi E-commerce paling populer di Indonesia*. Bisnis.com. Diakses pada 21 Februari 2025, dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20220823/266/1569693/survei-shopee-jadi-E-commerce-paling-populer-di-indonesia>
- Solikhah, A. N., & Prawita, E. (2024). Penyusunan instrumen skala stres belajar pada mahasiswa baru. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(4), 38–47. <https://doi.org/10.61132/observasi.v2i4.542>
- Siallagan, A. M., & Derang, I. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung*, 8(1), 2656-7350. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif: Teoretik dan praktik. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2024). Metode penelitian kuantitatif (Edisi ke-4). *Alfabeta*.
- Suryani, B. (2021). 150 Juta Warga Punya Akun Ecommerce, Warga Jogja & Sleman Masuk Daftar Pembeli Online Terbanyak. Diakses pada 21 Februari 2025, dari <https://news.harianjogja.com/read/2021/03/27/500/1067368/150-juta-warga-punya-akun-ecommerce-warga-jogja-sleman-masuk-daftar-pembeli-online-terbanyak>.
- Syah, A., Nurdiyansyah, F., & Rahman, A. Y. (2024). Analisis sentimen aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada dan Blibli menggunakan leksikon dan Random Forest. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3S1). doi: <http://dx.doi.org/10.23960/jitet.v12i3S1.5155>

- 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. doi: <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian impulsif pada *E-commerce* shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, 11(2), 251. doi: <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(S1), S71-S83. doi: <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Widiastuti, W. P., & Nasution, S. M. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 194-203. doi: <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i3.748>
- Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan *Fashion Involvement* Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1315-1326. doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2456>