

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Alinea (2020). Transaksi *E-Commerce* Didominasi Generasi Z dan Milenial (alinea.id)
- Amanah, D., & Pelawi, S. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan Belanja Hedonis (*Hedonic Shopping*) Terhadap. *Jurnal Quanomic*, 3(2), 10–18. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>
- Anin, A., BS, R., & Atamimi, N. (2020). Hubungan *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 35(2), 181–193. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v4i2.3702>
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144-155.
- Anzani, D. R. A., Sudjiwanati, S., & Kristianty, E. P. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Smartphone Addiction pada Mahasiswa Pengguna Smartphone di Program Studi S1 Teknik Elektro Universitas Negeri Malang. *PSIKOVIDYA*, 23(2), 190-202.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2017). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (tahun 2017). <https://apjii.or.id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (tahun 2018). <https://apjii.or.id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (tahun 2019 & 2020). <https://apjii.or.id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (tahun 2021 & 2022). <https://apjii.or.id>
- Aprilia, L., Nio, S. R., & Padang, U. N. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan *Impulsive Buying*.
- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. Hubungan Kontrol Diri dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Belanja *Online*.
- Arifianti, Ria & Gunawan, W. (2020). Perilaku *Impulse Buying* Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi. *SOSIOGLOBAL: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(2), 43–60.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau Dari *Impulsive Buying* Pada Belanja *Online*. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 11(2), 63-74.

- Arisandy, & Hurriyati. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang yang Melakukan Belanja *Online*. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan PKM Kesehatan*, 3(1), 31–39.
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). *Celebrity Worship* dan *Impulsive Buying* pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91-100.
- Astari, L., & Widagda K., I. (2014). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Parfum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 254840.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129. <https://doi.org/10.30996/persona.v3i02.376>
- Azwar, S. (2013). Metode Penelitian. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Azwar, S. (2013). Reliabilitas dan Validitas. Ed. Ke-4. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Azwar, S. (2014). Dasar-Dasar Psikometika. Edisi Ke-2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Banik, N., Koesoemadinata, A., Wagner, C., Inyang, C., & Bui, H. (2013). Survei Pilihan Karir Mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Surabaya. *Society of Exploration Geophysicists International Exposition and 83rd Annual Meeting, SEG 2013: Expanding Geophysical Frontiers*, 2905–2909. <https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1>
- BPS (2021). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia
- Bulan, T. P. L., Rizal, M., & Widiyanti, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Toko Makmur Swalayan Di Kota Langsa. *Niagawan*, 8(1), 27. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12803>
- Chandra, I., & Purnami, N. (2014). Pengaruh Jenis Kelamin, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Secara *Online*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(8), 254385.
- Databooks (2019). Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks (Katadata.co.id)
- Diba, D. S. (2013). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *Psikoborneo*, 1(3), 185–191.
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.
- 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.

- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 77–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.256>
- Fauziah, A. R., Fadhila, R., & Rakhmawati, A. (2021). Hubungan Akses *E-Commerce*, Minat Beli, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Promo Tanggal Kembar. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(3), 306–315.
- Handayani, S. P. M., & Purnama, B. E. (2013). Pembuatan *Website E-Commerce* Pada Distro Java Trend. *Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika Dan Komputer*, 18–24.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja *Online* di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Henrietta, P. (2012). *Impulsive Buying* Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Herukalpido, Prihartini, & Widayanto. (2013). Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen Robinson Department Store Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic of Science*, 1–9.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.1117>
- Indraswari, G. R., & Martono, S. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap *Impuls Buying* dengan Gender Sebagai Variabel *Dummy*. *Management Analysis Journal*, 5(2), 116–122.
- Intani, C. P., & Ifdil, I. (2018). Hubungan Kontrol Diri dengan Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(2), 65. <https://doi.org/10.29210/120182191>
- Internetworldstats.com (2021). Internet World Stats - Usage and Population Statistics
- Khairunnisa, A. (2013). Hubungan Religiusitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Seksual Pranikah MAN 1 Samarinda. *Psikoborneo*, 1(3), 226–131.
- Kurniasari, A. F. (2020). Hubungan Kontrol Diri dan Teman Sebaya dengan *Impulsive Buying* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Kompas (2019). Perempuan Indonesia Belanja *Online*: Impulsif hingga Tergiur Gratis Ongkir ([Kompas.com](https://www.kompas.com))
- Kompas (2021). 87,1 Persen Pengguna Internet di Indonesia Belanja *Online*, Manakah Dompet Digital Paling Menguntungkan? ([Kompas.com](https://www.kompas.com))

- Kompas (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta (Kompas.com)
- Komsi, D. N., Hambali, I., & Ramli, M. (2018). Kontribusi Pola Asuh Orang Tua Demokratis, Kontrol Diri, Konsep Diri Terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Psychology, Evaluation, and Technology in Educational Research*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.33292/petier.v1i1.21>
- Kurniawan, A., & Puspita, A. V. (2021). *Factors That Influence Impulsive Buying. Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 03(2019), 54–68.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(No. 2), 51–66.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Psikologi*, 02(3), 1–8.
- Mukaromah, M., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan *Impulsive Buying* pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (*Psychopathological Analysis of the Tendency of Impulsive Buying to One of Universitas Negeri Semarang Students*). 12(2), 117–124.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Nadwah, Z. (2019). Hubungan Religiusitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Akses Pornografi Pada Remaja SMA. 1(3), 126–131.
- Nasari, F., & Darma, S. (2015). Penerapan *K-Means Clustering* pada Data Penerimaan Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Universitas Potensi Utama). 6–8.
- Nasichah, U. (2000). Hubungan Persepsi Remaja Terhadap Penerapan Disiplin Orangtua Dengan Kontrol Diri. *Skripsi. Yogyakarta: Fak. Psikoogi Universitas Gadjah Mada*.
- Nindyakirana, R. H., Manajemen, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., & Artikel, I. (2016). Membangun Emosi Positif melalui Promosi Penjualan dan Lingkungan Toko Dampaknya terhadap *Impulse Buying*. *Management Analysis Journal*, 5(4), 375–388.
- Paryadi, D. (2018). Pengawasan *E Commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), 652. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol48.no3.1750>
- Periantalo, J. (2015). Penyusunan Skala Psikologi: Asyik, Mudah dan Bermanfaat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Periantalo, J. (2015). *Validitas Alat Ukur Psikologi: Aplikasi Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Periantalo, J. (2017). *Statistika Dasar Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Populix (2020). Menelusuri Lebih Jauh Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia (Populix.co)
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Produk Fashion di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. 9(1), 98–108.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1-9.
- Sari, D. A. T., & Suryani, A. (2014). Pengaruh *Merchandising*, Promosi Dan Atmosfir Toko.
- Sherlyanita, A. K., & Rakhmawati, N. A. (2016). Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2(1), 17. <https://doi.org/10.20473/jisebi.2.1.17-22>
- Sultan, A. J., Joireman, J., & Sprott, D. E. (2012). *Building Consumer Self-Control: The Effect Of Self-Control Exercises On Impulse Buying Urges*. *Marketing Letters*, 23(1), 61–72. <https://doi.org/10.1007/s11002-011-9135-4>
- Temaja, I., Rahanatha, G., & Yasa, N. (2015). Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(6), 243654.
- Utami, O., & Rastini, N. (2015). Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko Pada Impulse Buying Di Hypermart Mal. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 255101.
- Utami, A.F dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi (Online)*, 3, (1)
- We Are Social.com (2021). Digital 2021: The Latest Insights Into The ‘State Of Digital’ - We Are Social UK
- Yudha, D. K. P. (2018). Hubungan Antara Mood dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Konsumen Department Store di Kota Malang [Universitas Muhammadiyah Malang]. *Eprints.Umm.Ac.Id*, 1–20.