

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, R.A., & Fijriana, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* (Studi Kasus Pada Karyawan Hapeworld Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 14(1).
- Afrianto, A.P. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemic Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. 3(1).
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Anin, Rasimin, & Atamimi. (2008). Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*. 35(2), 181-193.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, Asti. (2012). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. 1(1).
- Averill, J.R. (1973). *Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship To Stress*. *Psychological Bulletin*. 80(4), 286–303.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Chita, David, & Pali. (2015). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*. 3(1), 297-302.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (1995). *Consumer Behavior* (8<sup>th</sup> ed). Florida: The Dryden Press.
- Febriyani, D. (2021). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Warga Yang Menerima BST di Desa Mlese. *Skripsi*. Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten.
- Fitriana, N., & Koentjoro. (2009). Keranjangan Berbelanja Pada Wanita Bekerja. *Jurnal Psikologi*. 7(1), 48-57.
- Fryzia, A. (2014). Gaya Hidup Remaja Konsumtif. *Kompasiana*. Diakses dari [https://www.kompasiana.com?adelia\\_fryzia21/](https://www.kompasiana.com?adelia_fryzia21/)

- Ghifari, A. (2003). *Remaja Korban Mode*. Bandung: Mujahid Press.
- Ghozali, I. (2018). *Media Sosial Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, & Risnawati. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ginting. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Hurlock, E.B. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E.B. (2000). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Terjemahan (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga
- Hurlock, E.B. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E.B. (2013). *Perkembangan Anak Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnani, & Farakhiah. (2017). Meningkatkan Kemampuan Pengambilan Keputusan Pada Remaja Akhir dengan Menggunakan Metode Reality Therapy. *Jurnal Social Work*. 7(2), 1-79.
- Kustrini. (1997). Sikap Remaja Putra dan Putri terhadap Pakaian dengan Peranan Kelompok Tidak Resmi. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologika*. 4(2), 5–13.
- Loudon, D.L., & Bitta, A.J.D. (1993). *Consumer Behavior Concepts And Application* (4<sup>th</sup> ed). New York: McGraw-Hill.
- Mangkunegara. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Monks, F.J., & Siti R.H. (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: UGM Press.
- Mowen. (2001). *Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mukhid, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Nikmah. (2022). Pengaruh Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam (BKI) IAIN PALOPO. *Skripsi*. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN PALOPO.

- Ningcahya, I. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Papalia, D.E., Old, S.W., & Feldman, R.D. (2009). *Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X. *Jurnal Psikologi*. Universitas Esa Unggul. 12(1), 23
- Populix. (2020). Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia.
- Rahayuningsih. (2011). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta Jawa Tengah.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Santrock, J.W. (2011). *Perkembangan Anak Edisi 7 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S.W. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Satryo, A. (2021, November 23). Diakses dari <https://nusantara.rmol.id/read/2021/11/23/512606>
- Septianingsih, G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Departement Store. *Skripsi*. Univeritas Mercu Buana Jakarta.
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen, Konsep, dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana.
- Sirait, N.V. (2021). Perilaku Konsumtif Belanja Fashion di Online Shopping Pada Mahasiswa. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Sitorus, R.J. (2013). Dampak Penggunaan Blackberry Messenger terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam Berbelanja Online. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. 1(4). 28-37.
- Sudarisman, H.S.V. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Knsumtif Melalui Online Shop Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. 1(1). 53-61.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sultan, Joireman, J., & Sprott, D. (2012). *Building Consumer Self-Control: The Effect Of Self-Control Exercises On Impulse Buying Urges*. *Marketing Letters*. 23(1), 61-72.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Supratiknya. (2014). *Pengukuran Psikologis*. Universitas Sanata Dharma.
- Swastha, & Handoko. (1987). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty: Yogyakarta.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Available: <http://www.e-psikologi.com/remaja/191191.htm>
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F., & Boone, A.L. (2004). *High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success*. *Jurnal of Personality*. 72(2).
- Triyaningsih, S.L. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. 11(2), 172-177.
- 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*. 18(3), 194-203
- Widiyanto, & Prasilowati. (2015). *Perilaku Pembelian Melalui Internet*. 17(2), 109-112. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109>