

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, D. P. (2021). HUBUNGAN ANTARA IMPULSIVE BUYING DENGAN PERILAKU BERHUTANG PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Aprilia, E. D. (2018). Impulse buying pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 2(2), 170–183.
- Azwar, S. (2017). Metode penelitian psikologi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Coley, A., & Burgess, B. (2003). Gender differences in cognitive and affective impulse buying. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 7(3), 282–295.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak online shop di instagram dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan shopaholic di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 117–128.
- Hanief, Y. N., & Himawanto, W. (2017). *Statistik pendidikan*. Deepublish.
- Hawkins, D. I., Coney, K. A., Best, R. J., Loudon, D. L., Della Bitta, A. J., Runyun, K. E., Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., Cliffs, N. J., & Wiley, J. (1981). *By James F. Engel, Roger D. Blackwell, and David T. Kollat (Hinsdale, IL: The Dryden Press, 1978, 665 pp., \$16.95)*.
- 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.
- Hidayat, A. (2012). Populasi dan sampel. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Hidayat, A., Azizah, N., & Ridwan, M. (2022). Pinjaman Online dan Keabsahannya Menurut Hukum Perjanjian Islam. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(1). <https://www.jurnalindrainstitute.com/index.php/jipm>
- Holy. (2021, Agustus 23). *Apa Saja Dampak Psikologis akibat Terjerat Pinjaman Online? Ini Penjelasannya*. <https://www.kompas.com/sains/read/2021/08/23/120200623/apa-saja-dampak-psikologis-akibat-terjerat-pinjaman-online-ini?page=all>.
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*.
- Irwanto, M. T. (2016). Gaya Hidup Remaja Pengguna Smartphone Di Kota Malang. *Manajemen Bisnis*, 6(1).
- Kalla, S. M., & Arora, A. P. (2011). Impulse buying: A literature review. *Global Business Review*, 12(1), 145–157.
- Kusuma, I. C., Hutomo, Y. P., & Hartini, R. (2022). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bei Periode 2017-2020). *Karimah Tauhid*, 1(1), 151–166.

- Larasati, M. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian secara Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 02(1).
- Lena Astari. (2023, Januari 24). *Ini Dia Pengalaman Mereka yang Galbay Pinjol Legal, Tak Lebih Baik dari Pinjol Ilegal*. <https://fame.grid.id/read/463666844/ini-dia-pengalaman-mereka-yang-galbay-pinjol-legal-tak-lebih-baik-dari-pinjol-ilegal?page=all>.
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D., Nurmalasari, D., Manajemen, P. S., & Sungkono, U. M. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. Dalam *Jurnal Simki Pedagogia* (Vol. 3).
- Maulidya, F., & Adelina, M. (2018). Periodesasi perkembangan dewasa. *Periodesasi Perkembangan Dewasa*, 1–10.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Competence: Journal of Management Studies*, 10(1).
- Muhammad Ferdiansyah, & Ulfa Masfufah. (2022). Perkembangan Dewasa Madya Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Flourishing*, 2(9), 599–604.
- Nafiatul Munawaroh, S. H. , M. H. (2023, Maret 5). *Risiko Hukum Galbay Pinjol (Gagal Bayar Pinjol)*. www.hukumonline.com.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Jurnal Raudhah*, 5(2).
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Prastia, F. E. (2013). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behaviour Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(4).
- Priyatno, D. (2013). Mandiri belajar analisis data dengan SPSS. *Yogyakarta: Mediakom*.
- Pupu, S. R. (2018). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023). Hubungan Impulsive Buying dengan Perilaku Berhutang pada Pengguna Pinjaman Online. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3655–3664.
- Rossa, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*, 3.

- Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 6(2), 85–95.
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, 2015.*
- Suliyanto, S. E., & MM, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif.*
- Supratiknya, A. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif & kualitatif dalam psikologi.* universitas Sanata Dharma.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran.* Graha Ilmu.
- Syah, M. (1999). *Psikologi Pendidikan Dengan Paradigma Baru.* Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Tantik Sumarlin M, Si. (2021, November 1). *PINJAMAN ONLINE DAN DAMPAK NEGATIFNYA.* <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/PINJAMAN-ONLINE-DAN-DAMPAK-NEGATIFNYA/dca6844c099ce1cabd6890e2f5310166b11730b8>.
- Tinarbuko, S. (2006). Pola hidup konsumtif masyarakat Yogya. *Jakarta: Kompas.*
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342–351.
- Ummi Hadiyah Saleh. (2022, September 16). *Menjamurnya Pinjaman Online, Cek Perbedaan Pinjol Legal dan Ilegal.* <https://www.suara.com/tekno/2022/09/16/192543/menjamurnya-pinjaman-online-cek-perbedaan-pinjol-legal-dan-ilegal>.
- 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>
- Wang, P., Zheng, H., Chen, D., & Ding, L. (2015). Exploring the critical factors influencing online lending intentions. *Financial Innovation*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.1186/s40854-015-0010-9>
- Wibowo, B. (2016). Analisa regulasi fintech dalam membangun perekonomian di indonesia. *Jurnal Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana*, 2(01), 1–3.