

## DAFTAR PUSTAKA

- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Impulsive buying berbelanja online pada mahasiswi ditinjau dari kecerdasan emosional. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(7), 890–896.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya hidup hedonisme dan impulse buying. *Jurnal Ecopsy*, 7, 71–78. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/378660-none-636c6622.pdf%0ASource>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, (1), 2–11.
- Astari, C. P., Larasati, D. A., Nuranjani, D., Wahyuni, F. P., & Fadilla, A. (2024). Pengaruh penggunaan transaksi digital terhadap pertumbuhan ekonomi akibat dari pandemi covid-19. *Journal of Business and Halal Industry*, 1, 1–10.
- Azhari, G. F., Nugrahawati, E. N., & Dwarawati, D. (2020). Hubungan positive emotion dengan online impulsive buying pada mahasiswa Universitas islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, 776–781. Retrieved from <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/psikologi/article/view/24419>
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed.). Pustaka pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, R. F. (2002). Purchasing, impulsive behavior, consumer. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 28(4), 670–676.
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self-control dan impulsive buying wanita dewasa awal pada masa pandemi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.9100>
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- 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. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>
- Fajri, A. N., Rahardjo, P., & Dwiyantri, R. (2023). Pengaruh kontrol diri terhadap impulsif buying pada pembelian produk kecantikan. 4(2), 58–66.
- Ghufron, M. N., & S, R. R. (2017). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: Ar-ruzz media.
- Hardini, S. A., Sandri, R., & Widodo, R. W. (2023). Perilaku pembelian impulsif remaja pengguna tiktok shop: Ditinjau dari mindfulness. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(1), 271–283. <https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21068>

- Ilham, F., & Muhid, A. (2022). Self control, extrovert personality and impulsive buying behaviors among online gamers. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 17(2), 72–81. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v17i2.9538>
- Jollyn, & Basaria, D. (2023). The correlation analysis between impulsive buying behavior and subjective well-being in young adults. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 310–317. Retrieved from <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- JR., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (7th ed)*. Pearson education.
- 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), 1–8. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/11000>
- Lidwina, A. (2021). Gaji generasi z dan milenial banyak dibelanjakan di e-commerce. Retrieved from katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce>
- Maurika, N. Z. M. (2023). *Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada Santri PP. Nurul Hidayah*. Retrieved from [http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/24570%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/24570/1/NANDIA\\_ZAHROK\\_MAURIKA\\_D20195065.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/24570%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/24570/1/NANDIA_ZAHROK_MAURIKA_D20195065.pdf)
- Nuraeny, P. D. H. (2016). *Psikologi perkembangan: berbagai pendekatan dan perspektif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pancawati, M. D. (2023). Kebiasaan belanja "online" berlanjut meski pandemi melandai. Retrieved from kompas.id website: <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/01/09/kebiasaan-belanja-online-berlanjut-meski-pandemi-melandai>
- PDDikti. (2024). Retrieved from Pemerintah kota malang website: <https://malangkota.go.id/fasilitas-daerah/pendidikan/perguruan-tinggi/>
- Prianingrum, E. Y. (2023). Pengaruh self control terhadap impulsive buying pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- 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>
- Selfiana, S., Titing, A. S., & Ismanto, I. (2023). Pengaruh kontrol diri dan diskon terhadap impulse buying pada generasi Z pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kolaka. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 166–176.
- Siregar, F. J. (2022). *Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif saat perayaan hari belanja online nasional (Harbolnas) pada mahasiswi*

*Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang.*

- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 2(April 2004), 54.
- Ummah, N., & Siti Azizah Rahayu. (2020). Fashion involvement, shopping lifestyle dan pembelian impulsif produk fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.29080/jpp.v11i1.350>
- Vannia, E. (2013). Impulse buying behaviour of young males in an airport environment. *Degree Thesis International Business*, 1–40.
- 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>
- Wahyu, Y. (2023). Kota Malang sukses raih penghargaan transaksi terbanyak Jatim Bejo. Retrieved from MalangPagi website: [https://malangpagi.com/kota-malang-sukses-raih-penghargaan-transaksi-terbanyak-jatim-bejo/#google\\_vignette](https://malangpagi.com/kota-malang-sukses-raih-penghargaan-transaksi-terbanyak-jatim-bejo/#google_vignette)
- Warmika, I. M. W. S. dan I. G. K. (2015). Pengaruh fashion involvement terhadap impulse buying konsumen fashion yang dimediasi positive emotion di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1684–1700.
- Willems, Y. E., Boesen, N., Li, J., Finkenauer, C., & Bartels, M. (2019). The heritability of self-control: A meta-analysis. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 100(February), 324–334. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2019.02.012>
- Yudha, D. K. P. (2018). *Hubungan antara mood dan impulsive buying behavior pada remaja sebagai konsumen department store di Kota Malang*.
- Zulfah. (2021). Karakter: Pengembangan diri. *IQRA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 28–33.