

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adhinegara, B. Y. (2019, 19 Maret). Dompot Digital Dan Perilaku Konsumtif. *Jawapos.com*. Retrieved from website: <https://www.jawapos.com/opini/19/03/2019/dompot-digital-dan-perilaku-konsumtif/>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12.
- 50 Daftar Merchant OVO Terlengkap Dan Terbaru. (2019, 29 Juli). *Ovoint.com*. Retrieved from website: <https://www.ovoint.com/daftar-merchant-ovo/>
- Pengguna OVO Sudah Capai 115 Juta. (2019, 13 Februari). *Investor.id*. Retrieved from web: <https://investor.id/it-and-telecommunication/pengguna-ovo-sudah-capai-115-juta>
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Jurnal Psikologi*, 3(1).
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi (Dua)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Broverman, I. K., Vogel, S. R., Broverman, D. M., Clarkson, F. E., & Rosenkrantz, P. S. (1972). Sex-Role Stereotypes: A Current Appraisal. *Journal of Social Issues*, 28(2), 59–78.
- Patrick, J. (2019, 14 Agustus). Pengguna Aplikasi Dompot Digital Di Indonesia Naik. *Cnnindonesia.com*. Retrieved from website: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190813154902-185-420933/pengguna-aplikasi-dompot-digital-di-indonesia-naik>
- Mentari, D. P., (2019, 4 Juli). 13 Perilaku Yang Tidak Dilakukan Orang Kaya, Salah satunya Tidak Tinggal Di Rumah Yang Terlalu Mewah. *Intisari.grid.id*. Retrieved from website: <https://intisari.grid.id/read/031773879/13-perilaku-yang-tidak-dilakukan-orang-orang-kaya-salah-satunya-tidak-tinggal-di-rumah-yang-terlalu-mewah?page=all>
- Febiladita, W. (2019). Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Dalam Berbelanja Online Pada Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*.

- Ghufron, M. N., and Risnawati, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gischa, S. (2020, 2 Maret). Pengertian Kemandirian, Tahap Perkembangannya, Dan Faktornya. *Kompas.com*. Retrieved from website: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/02/190000869/pengertian-kemandirian-tahap-perkembangannya-dan-faktornya?page=all>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Idris, M. (2019, 18 Juli). Riset Ini Ungkap Aplikasi Pembayaran Digital Favorit Konsumen. *Inet.detik.com*. Retrieved from website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4629663/riset-ini-ungkap-aplikasi-pembayaran-digital-favorit-konsumen>
- Istiqlal, A. H. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Impulse Buying Pada Mahasiswa* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Katrin, I. L., Setyorini, H. D., & Masharyono. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bndung. *Jurnal Manajemen Industri Katering*.
- Kusumadewi, S., Tuti, H., & Aditya, N. P. (2012). Hubungan Antara Dukungan Sosial Peer Group Dan Kontrol Diri Dengan Kepatuhan Terhadap Peraturan Pada Remaja Putri Di Pondok Pesantren Modern Islam Assalaam Sukoharjo. *Jurnal Psikologi Universitas Sebelas Maret*.
- Laskito, I. (2018, 10 Oktober). [Infografis] OVO, GOPAY, Dan TCASH: Mana Lebih Untung?. *Loyalhackers.com*. Retrieved from website: <https://www.loyalhackers.com/ovo-gopay-dan-tcash/>
- Loudon, D., & Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer Behaviour Concepts and Applications*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Prasetyo, B., & Jannah, L.N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahmayani, I. (2015, 2 Oktober). Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. *Kominfo.go.id*. Retrieved from website: [https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media)
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impuls. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–99.
- Sandjojo, N. (2016). *Metode Analisis Jalur (Parth Analysis) Dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh. *Jurnal Psikologi*, 2(2).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukadji, S. (2000). *Penyusunan Dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Syafina, D. C. (2019, 20 Juni). Industri Fintech GoPay vs OVO: Mana Yang Kini Berhasil Merebut Hati Pengguna?. *Tirto.id*. Retrieved from website: <https://tirto.id/gopay-vs-ovo-mana-yang-kini-berhasil-merebut-hati-pengguna-ecHz>
- Wulan. (2019, 13 November). Gara-Gara Grab Aku Jadi Kecanduan. *Kompasiana.com*. Retrieved from website: <https://www.kompasiana.com/mswulan500/5dcb750a097f3642a56f5502/gara-gara-grab-aku-jadi-kecanduan?page=2>.