

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Jurnal Kesehatan*, 3(1), 31–39. Retrieved from <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/kesehatan/article/view/1000>
- Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (II). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bohang, F. (2018, Februari 22). Berapa jumlah pengguna internet Indonesia?. *Kompas.com*. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia?page=all>
- Chandra, K. A. & Purnami, N. M. (2013). Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali. *Jurnal Manajeman*, 3 (8), 2331–2348. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/8657>
- Daftar Mall di Jakarta. (2016, September 12). *Daftar.co*. Retrieved from <https://www.daftar.co/mall-di-jakarta/>.
- Diba, S. D. (2014). Peran kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan jenis kelamin di Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 1(3), 313–323. Retrieved from <http://www.ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/>.
- Fakih, M. (2008). *Analisis gander dan transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Febiladita, W. (2019). *Hubungan antara kecerdasan emosi dengan pembelian impulsif dalam berbelanja online pada mahasiswa universitas esa unggul* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Hurlock, E. B. (2004). *Development psychology*. Jakarta: Erlangga.
- Kelebihan dan kekurangan belanja online. (2017, Agustus 02). *Si hemat.com*. Retrieved from <https://komunitas.sihemat.com/2017/08/24/kelebihan-dan-kekurangan-belanja-online>.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. (1979). *Consumer Behavior Concept and Application* (4 edition). New York: McGraw Hill.

- Mujiyana., & Elissa, I. (2012). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet pada Toko Online. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 143–152. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/>
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2003). *Human Development*. New York: McGraw Hill.
- Pratomo, G. Y. (2019, Mei 16). APJII: Jumlah pengguna internet di Indonesia tembus 171 juta jiwa. *Kompas.com*. Retrieved from <https://teknologi.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Renanita, T. (2017). Kecenderungan Pembelian Impulsif Online Ditinjau dari Penjelajahan Website Yang Bersifat Hedonis dan Jenis Kelamin pada Generasi Y. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 1–6. Retrieved from website: <http://journals.ums.ac.id/index.php/indigenous/article/view/4457/3326>
- Reymond, G. T. (2019). *Pengaruh tampilan estetik, Tata Letak dan Fungsi, Keamanan Pembayaran, serta Interaktivitas Terhadap Minat Beli dengan Intensitas Penggunaan Internet sebagai Variabel Moderasi pada JD.ID* (Skripsi). Universitas Widya Mandala Katholik Surabaya. Retrieved from <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/17484>
- Rook, D. W. &, & Fisher, R. J. (1995). *Normative Influences on Impulsive Buying Behavior*. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. Retrieved from <http://doi.org/10.1086/209452>.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT Macana Jaya..
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence, Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, N., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. Retrieved from <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/psiko/article/view/2445>
- Statistik Pendidikan Tinggi (2018, April 11). *Kemenristekdikti*. Retrieved from <https://pddikti.ristekdikti.go.id/asset/data/publikasi/Statistik%20Pendidikan%20Tinggi%20Indonesia%202018.pdf>.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif - kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tashandra. (2018, Maret 22). 80 persen konsumen belanja online orang muda dan

wanita. *globalindonesiavoices.com.* Retrieved from website: <https://www.globalindonesianvoices.com/>.

Tjahjono, T. (2018, Mei 22). The fate of shopping mall in Jakarta. *Global Indonesia Voice*. Retrieved from <https://www.globalindonesianvoices.com/>.

Utami, F. A., & Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 3(1), 48.

Walgit, M. (2011). *Teori-teori psikologi sosial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Widyanita, D. K. P. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia FE UII Pengguna Shopee* (Skripsi). Universitas Islam Indonesia. Retrieved from <http://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/782>.