

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Eka. “Perilaku Pembelian Tidak Terencana (*Impulsive Buying*) Di Pusat Perbelanjaan Modern Di Surabaya,” *Jurnal An-Nisbah*, No. 02, Vol. 01 (2015).
- Afif, Muhammad, dan Purwanto. ”Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID”, *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, No.2, Vol.2, (2020).
- Akrab Pekanbaru., Yayasan. “Analisis Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19” *Jurnal Akrab Juara*, No.4, Vol 5, (2020).
- Amanah, Dita, dan Stephany P. Pelawi. “Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan Belanja Hedonis (*Hedonic Shopping*) Terhadap *Impulsive Buying* Produk Matahari Plaza Medan Fair”, *Jurnal Quanomic*, Vol 3, No. 2, (2015).
- Amos, Clinton., Gary R. Holmes, dan William C. Keneson. “ *A Meta – analysis of Consumer Impulsive Buying*” *Journal of Retailing and Consumer Services*, (2013).
- Andayani, Dona Putri. “Hubungan Antara *Impulsive Buying* dengan Perilaku Berhutang pada Masa Pandemi Covid-19” Skripsi, Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, 2021.
- Anshari, Putra, and Putri Lidiana Permeta Sari. “Faktor Pendorong Belanja *Online* Pada Pegawai di FKIP Universitas Asahan”. Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan, (2020).
- Asiyah, Nur. “Pola Asuh Demokratis, Kepercayaan Diri dan Kemandirian Mahasiswa Baru”, *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol 2, No.2 (2013).
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2019
- Budhi, Galih Setiyo. “Analisis Sistem E-Commece Pada Perusahaan Jual-Beli *Online* Lazada Indonesia,” *Jurnal Electronics, Informatick, and Vocational Education*, No. 2, Vol 1 (2016).
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* . Kencana, 2011.

- D. W., Rook. “*The Impulsive buying*”, *Journal of Consumer Research*, Vol.2 No.14 2001
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Selatan, UIN Antasari Banjarmasin, <https://smart.kalselprov.go.id/Welcome/read/701>.
- E. Beatty, Sharon., dan M. Elizabeth Ferrel. “*Impulse Buying: Modeling its Precursors*”, *Journal of Retailing*, Vol.74 No.2, 170 (1998).
- Edy, Irwan Christanto., and Setyani Sri Haryanti. “Impulsive Buying Behavior Pada Konsumen *Online* ,” *The National Conferences Management and Business*, 2018.
- Enterprise, Jubilee. *SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Estiane, Uthia. “Pengaruh Dukungan Sosial Sahabar Terhadap Penyesuaian Sosial Mahasiswa Baru di Laingkungn Perguruan Tinggi”, *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, Vol 4, No.1, (2015).
- Harahap, Dedy Ansari., dan Dita Amanah. “Perilaku Belanja *Online* di Indonesia: Studi Kasus” *Jurnal Riset Manajemne Sains Indonesia*, Vol 9, No.2, (2018).
- Harmon and Novia MH, “Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung” *Jurnal Bisnis Dan Investasi*, No. 3, Vol 2 (2016).
- Hendrawan, Dimas dan Dian Ari Nugroho. “*Influence of Personalitiy on Impulsive Buying Behaviour Amng Indonesian Young Consumers*” *Journal Trade and Global Markets*, Vol 11, No.2 (2018).
- Komala, Cucu. “Perilaku Konsumsi *Impulsive Buying* Perspektif Imam Al-Ghazali, *Jurnal Perspektif*, Vol 2, No. 2, (2018).
- Mukaromah, Mar’atul., Tarisa Novita Indana Zulva, Olifiani Nurul Malida, dan Yeti Oktafia, “Analisis Psikopatologi Kecenderungan *Impulsive Buying* pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang” *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, No.2, Vol.12, (2021).
- Ngafifi, Muhammad. “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya,” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, No. 1, Vol 2 (2014).
- Nurjanah, Sheila Fitria., Rini Rahayu Kurniati, dan Daris Zunaida. “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Shopee

- (Studi pada Konsumen Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Islam Malang)” Jurnal JIAGABI, No.3, Vol.8, (2019).
- Nuzuliyah, Kurnia. “Pengaruh Optimisme Terhadap Resiliensi Akademik Siswa Selama Masa Pandemi Covid-19 di SMAN 1 Trenggalek” Skripsi, Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, (2021).
- Papilaya, Jeanete Ophilia dan Neleke Huliselan, “Identifikasi Gaya Belajar Mahasiswa” Jurnal Psikologi, Vol.15, No.1, (2016).
- Pornpitakpan, Chantika, Yizhou Yuan, dan Jie Hui Han. “*The Effect of Salespersons Retail Service Quality and Consumers Mood on Impulse Buying*” Journal Australasian Marketing, (2016).
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2016
- Putri, Alifisa Fernanda. “Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangan”. *Indonesian Journal of School Counseling*, Vol 3, No.2, (2019).
- Putri, Miazia., Intan Dewi Kumala, Risana Rachmatan, dan Arum Sulistyani, “*Self-Monitoring dan Impulsive Buying Produk Komestik di Kalangan Mahasiswi: Studi Korelasi*”, *Journal of Community Mental Health and Public Policy*, No.2, Vol. 5, (2023).
- R., Tambunan. “Remaja Dan Perilaku Konsumtif,” n.d., <http://www.epsikologi.com/remaja/191101.htm>. 2021.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sari, Aprilia Eka. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan,” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. No. 1, Vol 13 (2014).
- Sari, Chaca Andira. “Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga,” *Jurnal AntroUnairdotNet*, No. 2, Vol 4, (2015).
- Sari, Dewi Permata., A. Widad, dan Dian Eka. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Konsumen Butik 79 di Palembang Trade Center Palembang” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, Vol 11, No.2 (2014).
- Sari, Nita Nilam, dan Nur Irmayanti. “Hubungan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa” *Jurnal Psikologi Wijaya Putra*. Vol 2, No.2 (2021).

- Setiani, Tiara Prima dan Handrix Chris Haryanto. “Efektivitas Psikoedukasi Terhadap Kemampuan Adaptasi Sosial Pada Mahasiswa Baru”, Vol 16, No.1, (2019).
- Shamusri, Syafirra, dan Azmi Fitriasia. “Belanja *Online*: Studi *Online Shopping* Mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP) Tahun 2014-2019” Jurnal Kronologi, No.1, Vol.3 (2021).
- Silalahi, Rudi Yanto Batara and Martuahman Parlindungan Purba, “Tren *E-Commerce* Selama Pandemi Covid 19 Di Indonesia,” *Jurnal Rekaman*, No. 3, Vol 4 (2020).
- Sinaga, Bestin Julyan, and Maria Nugraheni Mardi Rahayu, “*The Relationship Between Self Esteem an Impulsive Buying of Fashion Product Trough Online Shopping Among Early Adult Woman*” *Jurnal Psycu Holistic*, No. 2 Vol. 5, (2023).
- Siregar, Nada Fitria, and Quroyzhin Kartika Rini, “Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja *Online* ,” *Jurnal Psikologi*, No. 2, Vol 12 (2019).
- Siregar, Shofiyan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sitiyo, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*, n.d.,
- Sofyan, Muhammad., Novianita Rulandari, dan Yunita Sari. “Analisis Proses Keputusan Pembelian *Online* pada Shopee Mall Indonesia” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, No. 3, Vol. 26, (2021).
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sulistiowati, Heni, dan Prasetyo Budi Widodo, “Stres dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro”, *Jurnal Empati*, No.4, Vol.4, (2015)
- Tim Maestro Genta. *Inti Materi IPS*. Sidoarjo: Genta Group Production. 2020

- Tim Penyusun IAIN Antasari, *Profil Institut Agama Islam Negeri* (Banjarmasin, 2016).
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Artikel Ilmiah* (Malang: Universitas PGRI Kanjuruhan Malang) (2020)
- UIN Antasari Banjarmasin, *Sejarah UIN Antasari Banjarmasin*, dalam <https://www.uin-antasari.ac.id/sejarah/>.
- Utami, Christiana Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Verplanken, Bas dan Astrid Herabadi. “*Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*” *Journal of Personality*. Vol 15, (2001)
- Verplanken, Bas dan Ayana Sato. “*The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach*” *Journal Consum Policy*, No.34, 200 (2011).
- Visi, Misi, dan Filosofi Keilmuan UIN Antasari Banjarmasin, dalam Visi, Misi, dan Filosofi Keilmuan - Situs Resmi UIN Antasari (uin-antasari.ac.id).
- Wahyuni, Reni Suci dan Harini Abrilia Setyawati. “Pengaruh *Sales Promotion, Hedoni Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulsive Buying* pada *E-commerce* Shopee” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*, No.2, Vol.2, (2020).
- Yahmini, Exnasyah. “Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta)” *Journal of Research in Business and Economics*, Vol.02, No.01, (2019).
- Yang, Dong Jenn., Kuang Chuan Huang, dan Xuanxiaqing Feng. “*A Study of the Factors that Affect the Impulsive Cosmetics Buying of Female Consumers in Kaohsiung*”, *Journal of Business and Social Science*, Vol 2 No.24, 276 (2011).
- Yudha, Dwi Kurniawan Putra. “Hubungan Antara Mood Dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Konsumen Department Store Di Kota Malang”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.