

DAFTAR RUJUKAN

- Adri, E. V., Setiawan, D., & Methindo, O. (2021). "Relationship of Conformity with Adolescent Impulsion Buying Behavior on Fashion Products in Marketplace with Self-Control as a Moderating Variable". *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 9(2), 133-143.
- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID". *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34-52
- Ahdiat, A. 2023. "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023 - Databoks."
- Ahdiat, H. 2023. "Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat - Databoks."
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.
- Andrian. Putra, C.I.W., Jumawan. Nursal, M.F. *Buku Perilaku Konsumen: "Pendekatan-pendekatan Dinamika Kelompok"*. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022, 65-72.
- Artledia, Sihotang. 2009. Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. Skripsi.
- Astasari, A. R., & Sahrah, A. (2006). Hubungan antara konformitas dengan perilaku membeli impulsif pada remaja putri. *Fakultas Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta*, 1-12.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, tesis dan Disertasi Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial*. (10 Jilid 2). Erlangga.
- Bih, A. K., Widarko, A., & Khalikussabir, K. (2023). "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Electronic Word of Mouth dan Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Pada Social Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang)". *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).

- Cantikasari, Y., & Basiya, R. (2022). "Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme, dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif". *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 33-43.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior*. 8th Ed. Forth Worth, Texas: The Dryden Press.
- Ernayanti, N. M. D., & Marheni, A. (2019). "Peran konformitas teman sebaya dan self monitoring terhadap impulsive buying Pada remaja madya putri di denpasar". *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 226-236.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). "Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior". *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 1-14.
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). "Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying pada konsumen hijab butik rabbani jombang". *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53-62.
- Febrianty, F. R. "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Impulse Buying Pada Mahasiswa Yang Membeli Produk Fashion". Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Fitrawaty, M. S., & Hasibuan, R. D. A. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekodik: Ekonomi Pendidikan*, 6(7).
- Gardi, B., & Darmawan, D. (2022). Study of Shopping Lifestyle, Sales Promotion and Impulsive Buying Behavior. *Journal of Marketing and Business Research (MARK)*, 2(2), 125-134.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBL SPSS 19* (5th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBL SPSS 21* (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gunawan, G. T., & Sitinjak, T. (2018). Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta). *Jurnal Manajemen*, 7(2).
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). "Pengaruh fashion involvement dan shopping lifestyle terhadap impulsive buying mahasiswa Politeknik Negeri Batam". *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174-180.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya. *Jurnal manajemen pemasaran*, 6(1), 32-41.

- Kasali, Rhenald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi 14. Harlow : Pearson Education.
- Loudon, D. L & Bitta, A. D. 1984. *Consumer Behavior, Concept & Applications*. Second edition. Singapore: McGraw-Hill Book Company.
- Loudon, D.L., & Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior: Concept and Applications*. 4th Edition. New York: McGraw Hill.
- Kusumadewi, R. N. (2020). Pengaruh Motivasi Hedonis, Browsing dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Di Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 31-49.
- Mowen, John C. Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen (Jilid 1) Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). The Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and Peer Conformity on Impulsive Buying in Semarang City Students (Study on TikTok Shop Consumers). *Experimental Student Experiences*, 1(8), 687-695.
- Novita, D., & Yuliani, N. (2019). Analisis Customer Satisfaction Pada Transportasi Online Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode BlackBox Customer. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika*, 3(2), 76-89.
- Ou, C. C., Chen, K. L., Tseng, W. K., & Lin, Y. Y. (2022). "A study on the influence of conformity behaviors, perceived risks, and customer engagement on group buying intention: A case study of community e-commerce platforms". *Sustainability*, 14(4), 1941.
- Pudyastari, M. P. (2019). "Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswi Di Jakarta". (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta.).
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., & Putrianti, F. G. (2022). "Impulsive Buying Ditinjau Dari Kontrol Diri Pada Mahasiswi Penggemar K-pop di Yogyakarta". *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104-112.

- Putri, S. M., Ramadhani, A., & Rasyid, M. (2022). "Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Barang Tiruan Produk Mode pada Remaja". *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 51-68.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98-107.
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2022). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal The Effect of Conformity and Self-Regulation on Impulsive Buying Behavior in Early Adults.
- Razak, M. 2016. Perilaku Konsumen: "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelompok Rujukan". Alauddin University Pres: Makassar, 143-148.
- Rizqiyah, S. (2023). Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku impulsive buying melalui e-commerce pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2020-2022 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sadya, S. 2023. "APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023."
- Salam, A., & Rizqi, R. M. (2019). "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Online Shopping" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 1-7.
- Sari, N. Y., & Hermawati, S. (2020). The effect of shopping lifestyle, hedonic shopping motivation, and sales promotion on impulse buying behavior in e-commerce (case study of berrybenka consumer). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 45-54.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, N. (2020). Pengaruh Shopping lifestyle dan positive emotion terhadap impulse buying. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207-216.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Suarsana, I. P. R. A., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 149-155.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). "Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion". *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40.
- Verplanken. B., and Herabadi. A. 2001. Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal Of Personality*, (online) Vol 15 No. S71-S83.
- Yuliani, W. (2022). Hubungan antara Impulsive Buying dengan pembeli merchandise Kpop NCT (Neo Culture Technology). *Indonesian Psychological Research*, 4(2), 102-109.
- Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying" (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1315-1326.

