# DAFTAR PUSTAKA


Ahmad, H. (2021). Hubungan Kestabilan Emosi Dengan Kontrol Diri Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Realita Bimbingan Dan Konseling (JRbk)*.

Alika, V., Dharta, F. Y., & Arindawati, W. A. (2024). Terpaan Postingan Voucher E-Commerce pada Akun X @discountfess terhadap Pembelian Impulsif Produk Kecantikan Followers. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(12). https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i12.3706

Alviyah, E. N., Meilani, M., Fawwaz, M., Nanda Aprilia, S., Adriani Putri Saptaji, S., Wijaya Abdul Rozak, R., & Mulyani, H. (2023). Beasiswa KIP-K: Apakah Beasiswa Dapat Menjadi Motivasi Belajar Mahasiswa? In *Journal of Creative Student Research (JCSR)* (Vol. 1, Number 2).

Amelia, S. (2020). Analisis Pola Perilaku Keuangan Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Dengan Menggunakan Variabel Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 33–45. https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma

Apriani, N. D., & Meitriana, M. A. (2025). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Marketplace Shopee Pada Generasi Z di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *17*(1). https://doi.org/10.23887/jjpe.v17

Ardianti, R., & Megasari, R. (2021). Pengaruh intensitas informasi teman sebaya, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada genbi Universitas Negeri Malang periode 2020-2021. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, *1*(8), 763–775. https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p763-775

Atunnisa', M., & Firdiansyah, Y. (2022b). Pengaruh Literasi Ekonomidan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahsiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, *1*(3), 279–295. https://doi.org/10.18860/dsjpips.v1i3.2061

Ayu, G., Indrayani, D., Rai Suwena, K., & Suwendra, W. (2019). Pengawas Intern Pemerintah (APIP) Di Inspektorat Daerah Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). *Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pengguna Gopay Di Kotas Bekasi)*. *2*, 2021–1323.

Barlian, U. C., Solekah, S., & Rahayu, P. (2021). Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi COVID-19 melalui Penguatan Literasi KeuanganArticle Info. *Jurnal Warta LPM*, *24*(2), 309–318. http://journals.ums.ac.id/index.php/warta

Barlian, U. C., Solekah, S., & Rahayu, P. (2022). Implementasi Kurikulum Merdeka Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Journal of Educational and Language Research*.

Bhakat, R. S., & Muruganantham, G. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies* , *5*(3). https://doi.org/10.5539/ijms.v5n3p149

Dany, A., & Susanti, A. (2023). *Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta*.

Dara, O., Sujana, P., Kristaung, R., & Rahayu, F. (2023). *Anteseden Urge To Buy Implusively pada Iklan Beauty Influencer*.

Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, *1*(8), 718–734. https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734

Febriyanto, S., Cahya Dira Aulia Putri, Ra., Dwi Ardianty, I., Pramesti Regita Cahyani, A., & Djasuli, M. (2024). Penyalahgunaan Dana Kartu Indonesia Pintar Kuliah

Dan Dampaknya Terhadap Pendidikan Di Indonesia. *COLLEGIUM STUDIOSUM JOURNAL*, *7*(1), 28–36.

Fitriani, N., Beta Adhavia, F., Melia, D., Zikrinawati, K., Fahmy, Z., Islam, U., & Walisongo, N. (2024). *Analisis Perilaku Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Platform Tiktok Shop Di Universitas Islam Negeri Walisongo*.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (X). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Gunawan, N., Limantoro, S. D., Handoko, R., & Rustandi, U. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Konsumen pada M-Commerce* (Vol. 3, Number 2).

Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Stayle, Self Control dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, *16*(1), 29–36. www.apjii.or.id

Irwansyah, M. R., & Suwena, K. R. (2021). Impulse Buying: How it Happens in The Mini Market. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, *9*(1), 2347–3002. www.questjournals.org

Islami, V., Yulistria, R., Program,], Administrasi, S., Ubsi, B., Jatiwaringin, J., No, R., Pondok, A., Program, G., & Gede, A. P. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Pada Impulse Buying Melalui Emotional Respon Pada Citrus Bogor*. *1*.

Jasmine, S. F. (2023). *Pengaruh Beasiswa KIP-K Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Manajemen Pendidikan Angkatan 2021 Universitas Negeri Surabaya*.

Kardena, D. G., & Rozi, F. (2022). Pengaruh Self Control dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying. *Instructional Development Journal (IDJ)*, *5*(1), 12–23. http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/IDJ

Khairiyah, M. (2023). *Kontrol Diri dan Impulsive Buying Remaja (Studi Pada Pengguna Tiktokshop)*.

Khan, N., Shahid, S., & Ayyaz, I. (2023). The Effects of A Visually Warm (Vs Cold) Retail Design on Store Patronage Intentions. *Business & Economic Review*, *15*(2), 89–126. https://doi.org/10.22547/BER/15.2.4

Kumentas, V. M. S., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2025). Pengaruh Store Environment, Store Image dan Keragaman Produk Terhadap Perilaku Impulse Buying di Freshmart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, *13*(03), 406–417.

Kusno, H. R., & Prakoso, A. F. (2024). Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa. *Journal of Education and Research*. http://jurnal.ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/index.php/jedarr

Luh, N., Lilis Suryani, P., Putu, I., & Dharmayasa, A. (2024). Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Willy Mart Luwus. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *16*(1), 2599–1426. https://doi.org/10.23887/jjpe.v16

Maharanie, R. P., Suharyono, & Yulianto, E. (2020). Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Profit*|, (1). https://profit.ub.ac.id

Maharta, G. W., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2019). Pengaruh Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Krisna 5 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

Malik, M. A., Purwaningrum, E. K., & Mariskha, S. E. (2024). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Moderator Pada Karyawan Generasi Z. *Journal of Economic, Business and Accounting*.

Muhardi, W. R. (2025). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Ekuitas Publisher.

Mulyadi, D. R., Subagio, N., & Riyadi, R. (2022). *Prosiding Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mulawarman Tahun 2022 Kemampuan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman*.

Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumfit Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan.

*Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *5*(1), 810–826. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574

Novita, Y., Tarmizi, & Lidiana. (2024). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi (JMT)* , *1*(2). https://doi.org/10.35870/jmt.vxix.1103

Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*.

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 Pendidkan Ekonomi Undiksha*.

Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). *Pengertian Pendidikan* (Vol. 4). http://repo.iain-

Puspitasari, D., Budi Argiati, S. H., & 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. https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977

Putri, C., & Artanti, Y. (2022). Pembelian Impulsif Pada Marketplace: Pengaruh Personality, Price Dicount Dan Media Sosial. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, *1*(5), 509–522. https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.59

Putri, R. A., & Artanti, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Website, Impulsive Personality Trait, dan Kelompok Referensi Terhadap Pembelian Impulsif di Tokopedia. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, *3*(4), 242–251. https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.325

Rahmawati, Z., Nurfitri, T., & Widiastuti, D. E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman). *Soedirman Economics Education Journal*. http://jos.unsoed.ac.id/index.php/seej/

Rangkuti, P. A., Hanum, F., & Lestari, D. (2023). Manajemen Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Penerima Beasiswa KIP Kota Medan (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, *1*(2), 38–43. https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index

Revina, O. :, Lorenza, Y., & Lestari, S. (2023). *Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce*.

Rifa'atul Mahmudah, Rahmat Ferdiansyah, & Fitriana Fitriana. (2024). Pengaruh Promosi dan Diskon terhadap Perilaku Belanja Impulsif Wanita di Toko Gaudi Makassar. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(4), 284–295. https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i4.3250

Solomon, M. R. (2020). *Cunsumer Behavior* (I. Sinha, P. Banerjee, & A. Chatterjee, Eds.; 13th ed., Global ed). Pearson Education Limited.

Spence, C., Puccinelli, N. M., Grewal, D., & Roggeveen, A. L. (2014). Store atmospherics: A multisensory perspective. *Psychology and Marketing*, *31*(7), 472–488. https://doi.org/10.1002/mar.20709

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.

Sujana, I. N., Suwendra, W., & Suwena, K. R. (2020). The Effect of Store Environment on Positive Emotional Response and Impulse Buying Moderated by Situational Factor. *Advances in Economics, Business and Management Research*.

Suparini, K., & Indrayani, L. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa Kelas XII IPS Mengikuti Ekstrakurikuler Ekonomi Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *15*(3). https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i2.403

Suryaningih, & Suwena, K. R. (2023). Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi-NC 4.0 license-http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *11*(1), 43–47. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU

Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, *11*(2), 251. https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733

Wahyudi, L. E., Mulyana, A., Dhiaz, A., Ghandari, D., Putra Dinata, Z., Fitoriq, M., & Nur Hasyim, M. (2022). Mengukur Kualitas Pendidikan di Indonesia. *Journal of Education, Madrasah Innovation and Aswaja Studies (MJEMIAS)*, *1*(1), 18–22. https://jurnal.maarifnumalang.id/

Wibawa, P. A. P., & Suwena, K. R. (2025). Evaluasi Program Revitalisasi Pasar Banyuasri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *17*(1). https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1

Widodo, F. N. A. (2024). *Penerima KIP-K yang salah sasaran : Mahasiswa Penerima KIP-K memiliki gaya hidup mewah*.

Winata, R., Khairunnisa, R., Sanjaya, V. F., Se, M., Studi, P., Syariah, E., Raden, U., & Lampung, I. (2023). Pengaruh Penggunaan Dana KIP-K Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Penerima KIP-K UIN Raden Intan Lampung). In *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* (Vol. 4, Number 1).

Zentes, J., Morschett, D., & Klein, H. S. (2017). *Strategic Ratail Management* (3rd Edition). Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.