

DAFTAR PUSTAKA

- Adha. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *JIPIS*, 31(2), 134-148.
- Adiputra, I. M. S., dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alifa, D. O., Pratama, M Psikologi, F., & Negeri, U. (2023). *Peran Kontrol Diri Terhadap perilaku Impulsif Buying pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shoope*.
- Aprilia dan Nio. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1), 1-11.
- Ardhi dkk., (2024). Analisis Motivasi Penerimaan Perilaku Impulsive Buying Gen Z di Surabaya (Studi Tanggal Kembar Pada Platform Shopee). *JSKP*, 1(2), 178-196.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau dari Implusive Buying pada Belanja Online. *Jurnal IlmiahPsyche*, 11(2), 63-74.
- Artini, K. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh daya tarik iklan dan diskon terhadap pembelian impulsif pada pengguna marketplace Shopee mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v6i2.46148>
- Chita, dkk., (2015). Hubungan antara Self-Control dengan perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *e-Biomedik (eBm)*, 297-302.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1-19.
- Dewi, R. (2012). Kinerja Kepala Sekolah: Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Konflik dan Efikasi Diri. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 18(2), 150-156.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Diana, P. Z., dkk. (2020). Blended Learning Dalam Pembentukan Kemandirian Belajar. *Alinea: Jurnal Bahasa Sastra Dan Pengajaran*, 9(1), 16-22.
- Faradita, M. N. (2021). *Motivasi Belajar IPA melalui Model Pembelajaran Course Review Horay*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.

- Fida , dkk., (2021). E-Commerce Sebagai Sistem Transaksi Online. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 12(3), 25-32.
- Fithriyani, S. I. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Ghufron dan Risnawati (2017). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Harlan, J. (2018). *Analisis Regresi Linear*. Depok: Gunadarma.
- Harahap dan Amanah. (2021). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19(01), 31-55.
- Harahap. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pusaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 39(2), 31-45, <https://doi.org/10.22373/Je.V3i2.3091>.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat dkk., (2021). E-Commerce Sebagai Proses Transaksi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 112-118.
- Kusumawardhani dkk., (2018). Art Therapy Untuk Meningkatkan Kontrol Diri Pada Anak Didik Lapas. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2(1), 135. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v2il.1751>.
- Ibrahim, A., dkk. (2018). *Metodologi Penelitian*. Makasar: Gunadarma Ilmu.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129.
- Made, K. I. G. (2017). Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon. *COM Komponen E-Commerce. Binus.Ac.Id*, 5(2), 748-762.
- Mahmudah, Putri Rifaatul & Pamungkas, Heni Purwa. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Dalam Penggunaan E-Commerce Terhadap Impulsive Buying Pada Siswa SMA. *Journal of Innovative and Creativity*. vol 5 (2) 2025.
- Malik, Mahmudah Aziziyah, Evi Kurniasari Purwaningrum, Silvia Eka Mariskha. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Moderator pada Karyawan Generasi Z. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*. Vol 7 no 6

- Mursidi, & Robbie, I. (2022). *Mengelola Stress Untuk Meningkatkan Kinerja*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Magelang: Penerbit Pustaka Rumah C1nta.
- 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.
- Purwanto, N. (2021). *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Batu: Literasi Nusantara.
- Puspitasari dkk., (2022). Impulsive Buying Ditinjau Dari Kontrol Diri Pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta. *Journal of Psychological Students*, 1(2), 1-7.
- Putri dkk., (2024). Kemampuan Self-Control Mahasiswa Terhadap Impulsive Buying Belanja Online Di Tanggal Kembar. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(3), 229-238.
- Rehatalanit, (2016). E-Commerce Sebagai Bagian Dari E-Business. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 8(1), 45-52.
- Renanita, T. (2017). Kecenderungan Pembelian Impulsif Online Ditinjau dari Penjelajahan Website Yang Bersifat Hedonis dan Jenis Kelamin pada Generasi Y. *Jurnal Indigenous*, 2(1), 1-6.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Sleman: Deepublish.
- Salamba dan Ambarwati. (2023). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Melalui Aplikasi Belanja Online. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 929-939.

- Sari dan Novita. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 9(1), 52-58.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160-172.
- Soesilo, T. D. (2018). *Penelitian Inferensial dalam Bidang Pendidikan*. Salatiga: Satya Wacana University Press.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Tumanggor dkk., (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>.
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri Pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 1(2), 115-136. <https://doi.org.10.51135/publicpolicy.v1i2.pl15-36>.

