

Daftar Rujukan

- Agustin, L. T dan Sarsono. 2018. Pengaruh Locus of Control Eksternal terhadap Impulsive Buying pada Mahasiswa dengan Jenis Kelamin sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, Vol.6, No 1.
- Alviani, A. A. 2018. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif yang Memediasi Shopping Lifestyle Pada E-Commerce. *Skripsi*. Universitas Sanatha Dharma.
- Amanah, E. 2016. Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, dan External Locus of Control Terhadap Personal Financial Management Behavior Pada Mahasiswa S1 Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen*, Vol.3, No 2.
- Ariani, S., Putri, A. A. A. R., Yurisha, R. P., Maulidatur, R., Antik, B., dan Lutfhi. 2015. Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control dan Etnis terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Ranking Academic*, Vol. 2, No 2.
- Arifin, A. Z. 2017. The Influence of Financial Knowledge, Locus of Control, Income on Individual Financial Behavior. *Jurnal of Economy*, Vol. 20, No 3.
- Besri, A. A. O. 2018. Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, dan Locus of Control terhadap Financial Management Behaviour Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- CNN, Indonesia 2018 “Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif”. Tersedia di <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-millennial-lebih-konsumtif/> Diakses pada 17 November 2020.
- CNN, Indonesia 2015 “Generasi Milenial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah”. Tersedia di <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah/>. Diakses pada 6 Februari 2020.
- Dewi, K.D. 2016. Pengetahuan Keuangan di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 2, No 2.

- Dewi, R. S. 2017. Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Pendidikan Orang Tua dan Parental Income Terhadap Financial Management Behavior pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM dan SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting , S. S. B. 2019. Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu). *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Gufron, M. N dan Risnawati, R. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hardanis, G. M., dan Rositawati. S. 2015. Hubungan Locus of Control dengan Impulse Buying Pembelanjaan Online. *Prosiding Penelitian, Sosial dan Humaniora*. Bandung.
- Herabadi, A. G. 2003. Perbedaan Individual dalam kecenderungan Belanja Impulsif: Sarat Emosi dan Pendek Pikir. *Jurnal Psikologi*. Volume 12 Nomor 2.
- Herdjiono, I., dan Damanik, A. 2016. Pengaruh FinancialAttitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, Vol. 9, No. 3.
- Hilgert, M. A., dan Hogarth , J. M. 2003. Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, Vol. 89, No 7.
- Kholilah, N. A, dan Iramani, R. 2013. Studi Financial Management Behavior pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 3, No 1.
- Kompas, 2018 “80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita”. Tersedia di <https://www.kompas.com/lifestyle/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita/>. Diakses pada 6 Februari 2020

- Kompas, 2015 “OJK: Orang Indonesia Makin Konsumtif”. Tersedia di <https://www.kompas.com/money/read/2015/08/08/110746226/OJK.Orang.Indonesia.Makin.Konsumtif>. Diakses pada 6 Februari 2020.
- Maulana, M. A. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumti. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Moningka.2016. Konsumtif: Antara Gengsi dan Kebutuhan. Tersedia di <https://www.suarapembaruan.com>. Diakses 6 Februari 2020.
- Mubarrok, M. R. 2017. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Materialisme terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa dengan Impulsive Buying sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Munandar, U. (2004). *Peran Budaya Organisasi Dalam Peningkatan Unjuk Kerja Perusahaan*. Jakarta: Bagian Psikologi Industri & Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Nato, D. N. S. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kecenderungan Impulsive Buying. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma.
- Ningrum, B. T. P. 2017. Perancangan dan Pembuatan Website E-Marketplace Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan. *Naskah Publikasi*. Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Nurvitria, A. L. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 di Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Palamba, F. G. S. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma.
- Pradana, E. R. 2018. Pengaruh Locus Of Control dan Materialisme Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa dengan Impulsive Consumption sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Priscilia, S. A. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Pembelian Impulsif Produk Fashion Wanita di Matahari Departement Store Jember Pada Mahasiswi Universitas Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.

- Purnaditya, R. R dan Rohman, A. 2015. Pengaruh Pemahaman Pajak, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak (Studi Empiris Pada WP OP yang Melakukan Kegiatan Usaha di KPP Pratama Semarang Candisari). *Journal of Accounting*. Vol. 4, No 4.
- Putri, P. K. 2016. Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *The Messenger*, Vol. 8, N0 1.
- Rianton. 2013. Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Kab. Dharmasraya di Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Robbins, S.P dan Judge, T.A. 2014. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rozaini, N dan Bismi, A.G. 2019. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No 1.
- Sarwono, S. W. 2010. *Teori – Teori Psikologi Sosial*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Septini, H. D. 2017. Kepercayaan Merek E-Commerce dengan Impulse Buying. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Statiska Market Outlook, 2020. “E-Commerce Indonesia Tahun 2020”. Tersedia di https://grahanurdian.com/e-commerce-indonesia-tahun-2020/?_gl=1*138dwa6*_ga*NG9BZmZfamNkanFxa3Q5LUlfW1VwT2F2a0ZmWWp6U3d0U09RcEljdXBwWlc4SS12bDdRRGRzbk5FMWFMdG13Mw. Diakses pada 17 Juni 2020.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, A. 2017. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Materialisme dan Pendapatan Terhadap Shopping Lifestyle serta Dampaknya pada Pembelian Impulsif Online Produk Fashion pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Skripsi*. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Utami, C. W. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

Widawati, Lisa. 2011. Analisis Perilaku Impulse Buying dan Locus of Control pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Jurnal Mimbar*, Vol. 27, No 2.

Wulandari, D. A dan Adiba, E. M. 2018. Perilaku Pengelolaan Keuangan dan Impulsive Buying Wanita Muslim Surabaya Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol.1, No 3.

