

DAFTAR PUSTAKA

- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Impulsive buying berbelanja online pada mahasiswa ditinjau dari kecerdasan emosional. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(7), 890-896. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/1719>
- Amelia, D. (2019). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Skripsi Diterbitkan. Jurusan Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
- Anggraini, V., & Hidayat, F. (2019). Pengaruh self-control terhadap fashion involvement mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam (JPPI)*, 16(1), 9-15. <https://doi.org/10.18860/psi.v16i1.7474>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 34-42.
- Annistri, A. D. (2019, Desember 19). 6 kelebihan pay later bagi sobat milenial, yuk dicek!. Cekaja.com. <https://www.cekaja.com/info/6-kelebihan-pay-later-bagi-sobat-milenial-yuk-dicek/>
- Aprilia, L., & Nio, R. S. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2-11. <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i1.6350>
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku impulse buying di masa pandemi. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 1-18. <https://doi.org/10.24198/jsg.v5i1.30759>
- Arisandy, D. (2017). Kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 11(2), 63-74. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/view/9>
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswi fakultas psikologi di perguruan tinggi wilayah Palembang yang melakukan belanja online. *Prosiding*, 3(1), 31-39.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Psikologi pengguna e-commerce shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 91-102.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79-83. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>

- Astute, M., & Susanto, P. (2020). The effects of trust shopping orientation, and social media marketing on online purchase intention: A literature review. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 152, 696-702. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201126.077>
- Asy'ari, J., & Rinaldi, R. (2023). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku impulsive buying item dalam game pada pemain game higgs domino island. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(2), 169-176. <https://doi.org/10.31933/rj.v5i2.700>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and it's relationship to stress. *Psychological Buletin*, 88(4), 286-303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan validitas* (4th ed.). Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Belajar.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self control failure, impulsive purchasing, and customer behavior. *Journal of Consumer*, 28, 670-676.
- Bayley, G., & Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: A qualitative exploration of the phenomenon, qualitative market research. *An International Journal*, 1(2), 99-114.
- Calhoun, J. F., & Acocela, J. R. (1990). *Psychology of adjustment and human relationship*. McGraw-Hill, Inc.
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self-control dan impulsive buying wanita dewasa awal pada masa pandemi. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662-670. <http://dx.doi/10.30872/psikoborneo.v10i4>
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *EBiomedik*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.35790/ebm.v3i1.7124>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2th ed.). L. Erlbaum Associates.
- Dwiputra, I. P. (2021). *Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna dompet digital ovo*. Skripsi. Dipublikasikan. Program Studi Psikologi. Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. <http://digilib.uinsby.ac.id/47229/>
- Dwiputri, R. (2021). Hubungan citra diri dengan kecenderungan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja yang berbelanja di e-commerce. Skripsi Diterbitkan. Program Studi Psikologi. Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.

- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan self-control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 001-019.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). The Dryden Press.
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. Y. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA Psikologi*, 3(1), 66-72.
- Gafur, H. (2015). *Mahasiswa dan Dinamika Dunia Kampus*. CV. Rasi Terbit.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariance dengan program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro.
- Hardhika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman pengguna paylater mahasiswa di Surabaya. *The Commercium*, 4(02), 19-32.
- Haryati, R. S. (2021, Juni 24). Jangan asal pakai, perhatikan dulu 5 risiko paylater ini!. *Finansialku.com*. <https://www.finansialku.com/jangan-asal-pakai-perhatikan-duu-5-risiko-paylater-ini/>
- Hildamizanthi. (2011). Penerapan e-commerce. *Blogs.unpad.ac.id*. <https://blogs.unpad.ac.id/hildamizhanti.2011/05/05/penerapan-e-commerce-makalah/>
- Istiqlal, A. H. (2019). *Hubungan kontrol diri dengan impulse buying pada mahasiswa. Skripsi. Tidak Dipublikasikan*. Program Studi Psikologi. Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. <http://digilib.uinsby.ac.id/30668/1/A>
- Julita, E. (2022). Pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim (Studi pada mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati.
- Juniati, T., & Prabantoro, G. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan indosat ooredoo (Studi pada karyawan PT. Transportasi Jakarta). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-20.
- KBBI. 2022. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses pada 27 November 2022. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan kontrol diri dengan pembelian impulsive pakaian pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. *Character*, 2(3), 1-8.
- Lazarus, R. S. (1976). *Patterns of adjustment*. McGraw Hill.

- Loudon, K. J., & Loudon, J. P. (1998). *Sistem informasi manajemen: The Digital Firm, international edition*. Prentice Hall International Inc.
- Margaretha, M. (2020, Januari 13). Gen Z paling hobi belanja fashion secara kredit pakai paylater. Zigi.id. <https://keuangan.zigi.id/gen-z-paling-hobi-belanja-fashion-secara-kredit-pakai-paylater.6295>
- Maulana, A., & Putra, A. R. (2020). Strategi e-commerce. *Research Gate*, 1-5. <https://www.researchgate.net/publication/346970177>
- Mukaromah, M., Zulva, N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis psikopatologi kecenderungan impulsive buying pada salah satu mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi Mindset*, 12(2), 117-124. <https://doi.org/10.35814/mind%20set.v12i02.2276>
- Mulyono, F. (2012). Faktor demografi dalam pembelian impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 88-105.
- Mutrofin, L. (2018). Pengaruh status sosial ekonomi orangtua, kontrol diri dan respon pada iklan terhadap pola perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 56-62. <https://dx.doi.org/10.17977/UM014v11i12018p056>
- Muzammil, I. F. S., Utami, A. B., & Rista, K. (2022). Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana perempuan self-control. *Journal of Psychological Research*, 2(3), 385-394. <https://aksiologi.org/index.php/inner>
- Ompi, A. P., Sepang, J. L., & Wenas, R. S. (2018). Analisis faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pembelian impulsif produk fashion di outlet cardinal mega mall Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2918-2927. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21318>
- Pakpahan, R. N., Warneri., & Budiman, J. (2022). Pengaruh penggunaan paylater dalam e-marketing terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 11(9), 1321-1330. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1177-1187. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i7.372>
- Papalia, D. E. Olds, S. W., & Fieldman, R. D. (2004). *Human development (9th ed.)*. McGraw-Hill.
- Periantolo, J. (2016). *Penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Pustaka Belajar.
- Pradana, M. (2023, Januari 6). 10 aplikasi paylater terbaik di 2023, tanpa kartu kredit. Binvestbro.id. <https://investbro.id/paylater-terbaik/>

- Premananto, G., S. (2007). Proses pengambilan keputusan pembelian impuls dengan pendekatan psikologis lingkungan dan rantai kausalitas. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Universitas Sanata Dharma*, 10(2).
- Priyatno, D. (2013). *Analisis korelasi, regresi, dan multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Purwanto, D., & Wijaya, T. (2018). Pengaruh gender, promosi penjualan dan sifat materialisme terhadap perilaku impulse buying secara online (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 449-457.
- 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 Psychological Students*, 1(2), 1-7. <https://doi.org/10.15575/jojs.v1i2.16977>
- Putri, A. P. P., Miru, A., & Maskun. (2020). Praktik penyalahgunaan fitur kredit (paylater) oleh pihak ketiga melalui aplikasi belanja online. *Amana Gappa*, 28(2). 101-116. <https://doi.org/10.20956/ag.v28i2.12617>
- Rahayu, N. (2019). Pertumbuhan e-commerce pesat di Indonesia. *Wartaekonomi.co.id*. <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita216302/pertumbuhane-commerce-pesat-di-indonesia>
- Rahayu, R. (2022, November 8). E-commerce Indonesia tumbuh tercepat kedua setelah Vietnam. *Tempo.co*. <https://www.bisnis.tempo.co/read/1654560/e-commerce-indonesia-tumbuh-tercepat-kedua-setelah-vietnam>
- Reika, A. (2022, September 08). 12 fashion anak kuliah wanita yang nyaman dan stylish. *Tokopedia.com*. https://www.tokopedia.com/blog/fashion-anak-kuliah-wanita-fsw/?utm_source=google&utm_medium=organic
- Ridho, R. (2019). Transaksi harbolnas 2019 tembus Rp9 triliun. *Merdeka.com*. <https://m.merdeka.com/teknologi/transaksi-harbolnas-2019-tembus-rp-9-triliun.html>
- Rizky, M. (2022, Juli 11). Perkembangan e-commerce Indonesia tahun 2022 naik 31%, ini kata Gubernur BI. *Wartaekonomi.co.id*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read428290/perkembangan-e-commerce-indonesia-tahun-2022-naik-31%-ini-kata-gubernur-bi>
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173-188. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200204>
- Rompas, R. C. E. E., Pangemanan, S., & Tulung J. E. (2020). Buy now, pay later: determinants of pay later service affecting the lifestyle of society. *Jurnal*

- Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 1162-1171.
<https://doi.org/10.35794/emba.8.4.2020.31520>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulsive. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199.
- Roy. (2021). Ancaman besar di balik booming paylater kala pandemi covid-19. CnbcIndonesia.com.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210810151608-37-267562/ancaman-besar-di-balik-booming-paylater-kala-pandemi-covid-19>
- Salamba, D. C., & Ambarwati, K. D. (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, R. (2021). Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44-57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan keputusan dan pembelian impulsif pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196-207.
- Sinambela, E. A., & Lestari, U. P. (2022). Pengaruh harga diri dan kepribadian terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 60-68.
<https://doi.org/10.52130/jbhorizon.v5i2.80>
- Siregar, B. P. (2020). Nielsen: Produk fashion dominasi belanja online di 2019. Wartaekonomi.co.id. <https://amp.wartaekonomi.ac.id/berita/277356/nielsen-produk-fashion-dominasi-belanja-online-di-2019>
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2014). Analisis perilaku impulsif produk fashion dilihat dari perbedaan usia. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah*, 18(2), 77-88.
<https://doi.org/10.26593/be.v18i2.11188.%p>
- Supratiknya, A. (2015). *Pengukuran psikologis*. Universitas Sanata Dharma.
- Supriyadi., & Fadli, I. (2020). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan orientasi belanja. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 2019(3), 408-415.
<http://frima.stembi.ac.id/page/ArsipManajemenFrima2019>
- Snyder, M., & Gangestad, S. (1986). On the nature of self-monitoring: Matters of assessment, matters of validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 125-133.
- Ursia, N. R., Siaputra, I. B., & Sutanto, N. (2013). Prokrastinasi akademik dan self-control pada mahasiswa skripsi Fakultas Psikologi Universitas Surabaya. *Makara Seri Sosial Humaniora*, 17(1), 1-18.
<https://doi.org/10.7454/mssh.v17i1.1798>

- Utami, A. F., & Sumaryono. (2008). Pembelian impulsive ditinjau dari kontrol diri dan jenis kelamin pada remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 3(1).
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulsive buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*. 15, S71-S83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Wahyuningsih, R. (2018). 5 alasan kenapa banyak orang beralih ke belanja online. Cermati.com. <https://www.cermati.com/artikel/amp/5-alasan-kenapa-banyak-orang-beralih-ke-belanja-online>
- Waluyo., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy now, pay later: Apakah paylater mempengaruhi pembelian impulsif generasi muda muslim?. *Among Makarti*, 15(3), 319-338. <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v15i3.338>
- Wibowo, S. B. (2010). Modul pelatihan SPSS: Aplikasi pada penelitian sosial. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Lampung, Lampung. <https://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.1739.4328>
- Widawati, L. (2011). Analisis perilaku impulse buying dan locus of control pada konsumen di Carrefour Bandung. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan impulse buying pada mahasiswa ditinjau dari latar belakang keluarga (Studi kasus mahasiswa di Limau Universitas di Yogyakarta). *EXERO Journal of Research in Business and Economics*, 02(01), 41-56. <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/exero>
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

