

## DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Junaid, M., Zafar, A. U., Li, Z., & Fan, M. (2021). Online purchase intention in Chinese social commerce platforms: *Being emotional or rational?* *Journal of Retailing and Consimer Service*, 63(June), 102669.
- Astari, D. A. C. & Nugroho, C. (2017). Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping pada Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 5 (2), 33-46.
- Astuti, D. R. 2018. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok pada Siswa Smp Negeri 22 Samarinda. 6(1), 34–43. Retrieved from [ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id)
- Baron, Robert. A., Byrne, Donn, 2005. Psikologi Sosial, Edisi kesepuluh, Jilid 2, PT. Gelora Aksara Pratama, Penerbit Erlangga.
- Beatty, S.E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Cialdini, R.B., & Goldstein, N.J. (2004). Social Influences: Compliance and Comformity. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591-621.
- Dittmar, H. (1995). Objects, Decision Considerations and Self-Image in Men's and Women's Impulse Purchase.
- Engel, J ., and Blackwell , R. (1982) *Consumer Behaviour*. Dryden Press, Chicago, IL.
- Farah, G. A., Ahmad, M., & Muqarrab, H. (2018). Online Shopping Behavior Among University Students: Case Study of Must University. *Advances in Social Sciences Research Journal*.
- Fitri, F. A. (2006). *Terlena dalam Nikmatnya Bel- anja*. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Herliyani, C. (2017). *Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). *Hubungan antara Identitas Sosial dengan Konformitas Pada Aktivis Dakwah Kampus UIN Suska Riau*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(9), 1–58.
- Hertz, N., & Wiese, E. (2018). Under Pressure: Examining Social Conformity With Computer and Robot Groups. *Human Factors*, 60(8), 1207–1218.
- John W. Santrock (2007). *Perkembangan Anak*. Jilid 1 Edisikesebelas. Jakarta: PT. Erlangga.

- King, A. L. (2010). *Psikologi Umum Sebuah Pandanganapresiattif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Larasati M. A., & Budiani M. S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. *Jurnal Psikologi*. Vol 02/No.3/2014. Fakultas Psikologi Universitas Negeri Surabaya.
- Loudon, David L and Della Bit, Albert J, 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. Fifth Edition. Singapore: Mc Graw, Hill
- Muflih, M., & Syafitri, E. N. (2018). Perilaku Seksual Remaja dan Pengukurannya dengan Kuesioner. *Jurnal Keperawatan Respati Yogyakarta*, 5(3), 438-443.
- Mukaromah, M. A., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(02), 117- 124.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Myers, D.G. (2012). *Social Psychology Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. (2021). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta
- Populix.co. (2021). Menelusuri lebih jauh tren belanja online masyarakat Indonesia. Populix.co. <https://info.populix.co/>
- Priscilia, S. A., Prasodjo, A., & Indraningrat, K. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Pembelian Impulsif Produk Fashion Wanita di Matahari Departemen Store Jember pada Mahasiswa Universitas Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 1-5.
- Rachmawati, V. 2009. Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Juni 2016. Vol.20, No.2, pp. 151 – 207.
- Raviyoga, T.T. & Marheni, A. 2019. Hubungan kematangan emosi dan konformitas teman sebaya terhadap agresivitas remaja di SMAN 3 Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol.6, No.1,44-55
- Rook, D.W., & Gardner, M.P. (1993). In *The Mood: impulse Buying affective*
- Russo, V., (2022), *Neuromanagement and Neuromarketing, Past Present and Future of impulse buying research methods*, *frontiers*, p 77-78.
- Sartika, M., & Yandri, H. (2019). Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok terhadap Konformitas Teman Sebaya. *Indonesian Journal of Counseling & Development* 1(01), 9–17.

- Sarwono. (2009). Psikologi sosial 182. Jakarta: Salembaka Humanika
- Semuel, H. (2007). Pengaruh stimulus media iklan, uang saku, usia, dan gender terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif (studi kasus produk pariwisata). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 (1).
- Sholikhah, M., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya Vol.21 No.1*, 43-49.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer behavior: In fashion*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sovitriana, R., & Sianturi, H. C. (2021). Kematangan Emosi dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Agresif pada Remaja di Kelurahan X Kabupaten Bekasi." *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* 5(2), 118–126.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Jakarta: Gramedia.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), 71-83. DOI: 10.1002/per.423
- Widawati, L. (2011). Analisis perilaku “impulse buying” dan “locus of control” pada konsumen di carrefour bandung, *Jurnal Mimbar*, 27 (2), 125-132.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41-56.
- Yunalia, Endang Mei. (2020). *Remaja dan Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahlimedia Press.