

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja*. Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal), 7(2), 130-139.
- Akram, Umair, Peng Hui, Muhammad Kaleem Khan, Chen Yan & Zubair Akram. (2018). *Factor Affecting Online Impulse Buying : Evidence from Chinese Social Commerce Environment*. Journal Sustainability. www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Alamanda, Y. (2018). *Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 6(2).
- Alimudin, W., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee*. E-Jurnal Riset Manajemen, 9(10), 1-14.
- Amalia, R. (2022, 7 Desember). *Dipopulerkan Orang-Orang Belanda, Ini Asal Usul Kota Bandung Dijuluki Paris Van Java*. Diakses pada 15 April 2023, dari <https://kids.grid.id/read/473604425/dipopulerkan-orang-orang-belanda-ini-asal-usul-kota-bandung-dijuluki-paris-van-java-akubacaakutahu?page=all>
- Amaliyah, N. *Hubungan Antara Citra Diri Dan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (Impulsive buying) Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang*.
- Amanda, R. (2020). *Peningkatan Hasil Belajar Siswa Dalam Mata Pelajaran Instalasi Penerangan Listrik Dengan Menggunakan Model Project Based Learning Di Kelas XI SMKN 1 Aceh Barat Daya* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Anastasia, Siska. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Celebrity Worship Dan Kepribadian Big Five Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Penggemar JKT48 Di Jabodetabek*. Jakarta: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Andriani, A. D., & Sri, C. M. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya*. Journal Of Sustainability Business Research, 2(1), 194–207
- Anggarasari, R. E. (1997). *Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga*. Psikologika, 2(4), 15-20. doi:10.20885/psikologika.vol2.iss4.art2

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja*. Gadjah Mada Journal Of Psychology, 3(3), 131–140. <http://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.
- Anin, A., dkk. (2008). *Hubungan Self-Monitoring Dengan Impulsive buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja*. Jurnal Psikologi, 35(2), 181 – 193.
- Aprianur, R. (2020). *Hubungan Keterlibatan Fashion Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Dewasa Awal*. Psikoborneo, 8(2), 156-165.
- Aprilia, E. D. (2018). *Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh*. Psikoislamedia: Jurnal Psikologi, 2(2), 170-183.
- Astutik, Widya (2021) Pengaruh Gaya Hidup dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Anggota Kepolisian dengan Moderasi Tingkat Pendapatan. Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Ayu, A. N., Restu, U., & Nesia, A. (2019). *Penampilan Sebagai Komunikasi Nonverbal Perempuan dalam Dunia Pekerjaan* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Azizi, M. H., Arfani, M. N., Agustina, Y., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh Kesenangan Hedonis, Availability of Time dan Availability of Money terhadap Impulse Buying*. Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMANd), 2(2), 1-12.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basyir, A. (2019). *Pengaruh Fashion lifestyle Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 7(3).
- Beatty, Sharon E., & Ferrell, M. Elizabeth. (1998). “*Impulse Buying: Modeling Its Precursors*”. Journal of Retailing Vol.74, No.2.
- Bellenger, D., Robertson D. H., and Hirschman E. C. (1978), *A Impulse Buying Varies by Product*. Journal of Advertising Research, Vol. 18, December, pp. 15-18.
- Dinillah, F. H., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian Busana Muslim Shasmira (Survei Pada Konsumen Yang Melakukan Pembelian Di Instagram Shasmira)*. (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Dirgantara, A. (2018, 1 Mei). *Mengapa Fashion Wanita Lebih Tren dari Pria?*. Diakses pada 26 Juli 2023, dari <https://www.dictio.id/t/mengapa-fashion-wanita-lebih-tren-dari-pria/24705/2>

- Edy, I. T., Mauladi, K. F., & Efendi, Y. (2020). *Analisis Faktor Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Uid. Dewi Sri Elektronik Lamongan*. Media Mahardhika, 19(1), 124-129.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Elizabeth B. Hurlock. (1980). *Developmental Psychology A Life Span Approach*, Mc. Graw Hil Book, New York
- Fahmeyzan, D. S. (2018). *Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewnes dan Kurtosis*. Jurnal Varian.
- Fajriana, M. (2016, 4 Maret). *Wanita Mulai Tidak Fashionable Ketika Memasuki Usia Ini*. Diakses pada 15 September 2023, dari <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/2451360/wanita-mulai-tidak-fashionable-ketika-memasuki-usia-ini>
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior*. JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 8(1), 1-14.
- Febriani, Y., & Mulyana, O. P. (2021). *Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi Dengan Keterikatan Karyawan Pada Karyawan PT. X. Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 1-12.
- Fromm, E. (1995). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keempat, Jilid 2 Jakarta : Erlangga.
- Fransisca, & Suyasa, P. T. Y. S. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Jurnal Phronesis, 7(2), 172 - 199.
- Furgani, A.D. (2020). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Kepribadian Hexaco Terhadap Kecenderungan Impulsive buying Pada Mahasiswa*. (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Gusliani, S. 2021. *Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Impulsive buying Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di Kota Bandung*. Fakultas Psikologi Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. Bandung
- Hanzaee, K.H. & Rouhani, F.R. (2011). *Investigation of The Effects of Dimensions of Luxury Perception And Brand Preference on The Purchase Intention of Luxury Automobiles In Iranian Consumers*. Journal of Basic and Applied Scientific Research, pp. 28-51.
- Hardjo, D. (2022). *Bingung Perbedaan Stylish dan Fashionable? Begini Penjelasan Fashion Icon Iris Apfel*. Diakses pada 30 Agustus 2023, dari <https://www.beautynesia.id/fashion/bingung-perbedaan-stylish-dan-fashionable-begini-penjelasan-fashion-icon-iris-apel/b->

[261824#:~:text=Dari%20penjelasan%20kedua%20kamus%20tersebut,terkini%20dan%20karenanya%2C%20bersifat%20sementara.](#)

- Hasya, R. (2022, 2 Mei). *Pakaian Jadi Barang Yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia Ketika Belanja Online*. Diakses pada 15 April 2023, dari <https://goodstats.id/article/pakaian-jadi-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-indonesia-ketika-belanja-online-WlAdP>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). *Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 25-32.
- Henrietta, P. (2012). *Impulsive buying pada dewasa awal di Yogyakarta*. Jurnal Psikologi, 11(2), 1-6.
- Japariato, E., & Sugiharto, S. (2011). *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal manajemen pemasaran, 6(1), 32-41.
- Kasali, R. (2000). *Membidik Pasar Indonesia – STP*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi*. Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam, 9(2), 130-139.
- Kusuma, A. R., & Afdliah, R. (2012). *Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Psikostudia: Jurnal Psikologi, 1(1), 17-30.
- Ko, E., Kim, E., Taylor, C. R., Kim, K. H., & Kang, I. J. (2007). *Cross-National Market Segmentation In The Fashion Industry: A Study Of European, Korean, And US Consumers*. International marketing review, 24(5), 629-651.
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, A. R., & Afdliah, R. (2012). *Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Psikostudia: Jurnal Psikologi, 1(1), 17-30.
- Latief. (2013, 20 November). *Belajar sebagai gaya hidup mahasiswa*. Diakses pada 30 November 2022, dari <http://edukasi.kompas.com/read/2013/07/10/1419239/>
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (2019). *Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(3), 115-125.

- Malhotra, D., Portales-Casamar, E., Singh, A., Srivastava, S., Arenillas, D., Happel, C., Shyr, C., Wakabayashi, N., Kensler, T.W., Wasserman, W.W. and Biswal, S. (2010), “*Global mapping of binding sites for Nrf2 identifies novel targets in cell survival response through ChIP-Seq profiling and network analysis*”. Nucleic Acids Research, Vol. 38 No. 17, pp. 5718-5734.
- Mayasari, D., & Arimbawa, I. G. (2019, February). *The Influence of Fashion lifestyle, Sales Promotion, and Self Image to Impulse Buying Behaviour and Customer Satisfaction:(case study of student using the Shopee application at Narotama University Surabaya)*. In Journal of World Conference (JWC) (Vol. 1, No. 1, pp. 58-63).
- Mubarak, S. A., & Sanawiri, B. (2018). *Pengaruh Fashion Lifestyle Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Pakaian Second Hand @Tangankedua)*. Jurnal Administrasi Dan Bisnis ,55 (3), 1–8.
- Oh, G., Kawung, E.J.R., & Zakarias, J.D. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara*. Jurnal Holistik, 1(3), 1-16.
- Paramita, G. V. (2010). *Studi Kasus Perbedaan Karakteristik Mahasiswa Di Universitas ‘X’-Indonesia Dengan Universitas ‘Y’-Australia*. Humaniora, 1(2), 629-635.
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). *A Structural Model Of Fashion - Oriented Impulse Buying Behavior*. Journal of Fashion Marketing and Management, 10(4), 433–446.
<https://doi.org/10.1108/13612020610701965>
- Pramesty, A. S. (2021). *Gaya Hidup Dan Status Sosial Dalam Meningkatkan Perilaku Konsumtif Belanja Online di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswi Tingkat Iv Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)*. EDUTAMA.
- Pride, William M. dan O.C. Ferrell. (2010). *Marketing*. Mason, OH: South–Western Cengage Learning.
- Pride, William M and O.C Ferrell. (2016). *Marketing*
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” Dalam Akun Tiktok@ handmadeshoesby*. Jurnal Representamen, 7(01).
- Putri, A. F., 2019. *Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya*. Padang. Indonesian Journal of School Counseling. DOI: <https://doi.org/10.23916/08430011>

- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). *Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal*. Jurnal Psikologi Perseptual, 7(1), 120-132.
- Ramadhan, D. R. (2019). *Pengaruh Perkembangan Fashion di Kalangan Remaja*. Diakses pada 1 Maret 2023, dari <https://communication.binus.ac.id/2019/01/22/pengaruh-perkembangan-fashion-di-kalangan-remaja/>
- Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). *Perilaku Impulsive buying Pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Kontrol Diri*. JCA of Psychology, 3(01).
- Rook, D.W. 1987. *The Buying Impulse*. *The Journal Of Consumer. Research*. Vol.14, No.2 September 1987 (198-199).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Compartamiento Del Consumidor*. Pearson Educación.
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram*. Cakrawala Management Business Journal, 4(2), 847-868.
- Sakinah, N., Nanda, D. M., & Tohiruddin, T. (2022). *Tren Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya*. In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) (Vol. 1, pp. 32-38).
- Santoso, D. A., & Brahmana, R. K. M. R. (2019). *Pengaruh Brand Authenticity Terhadap Brand Attachment, Brand Love Dan Consumer Emotional Well Being Pada Konsumen High Luxury Brands Products Di Surabaya*. Agora, 7(2), 1-6.
- Santoso, M. V., Fauzia, R., & Rusli, R. (2020). *Hubungan Antara Kepuasan Citra Tubuh Dengan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder Pada Wanita Dewasa Awal Di Kota Banjarbaru*. Jurnal Kognisia, 2(1), 55-60.
- Santrock, J. W. (2011). *Child Development Perkembangan Anak Edisi 11 Jilid 2*. Alih Bahasa: Rachmawati & Kuswanti. Jakarta: Erlangga.
- Saputra, A. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Online "SHOPEE" (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syari'ah Angkatan 2016 IAIN Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Sari, I. M. (2021). *Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Mutu Pelayanan Akademik Tenaga Kependidikan di SMK Telkom Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). *Pengaruh E-gaya Hidup, Tren Fashion, dan Customer Experience terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen*. *AKUNTABEL*, 18(4), 683-690.
- Sari, M. D. K., & Yasa, N. N. K. (2021). *The Role Of Hedonic Consumption Tendency Mediate The Effect Of Fashion Involvement On Impulse Buying*. *International Research Journal Of Management, It & Social Sciences*, 8(1), 70–82.
- Sari, S. P. (2014). *Faktor Utilitarian dan Hedonis Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel IBIS*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 6 (2014) FAKTOR*, 3(6), 1–15.
- Sarah, S., Rachman, A., & Febrianti, T. (2019). *Pengaruh Fashion lifestyle, Design, dan Selebrity Endorser terhadap Purchase Intention*. *Jurnal Indonesia Membangun*, 18(03), 60-75.
- Savitrie, D. (2008). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswa FE UI Dan Pengunjung Butik Nyla)*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- 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).
- Setianingtyas, B. L. (2021). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Impulse Buying Online Saat Covid-19 Pada Dewasa Awal* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Setiawan, S. F. (2014). *Alokasi Pendapatan, Conscientiousness, dan Faktor Demografis Terhadap Impulsive Buying* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen FEB-UKSW).
- Setyawati, H. (2018). *Hubungan Antara Regulasi Emosi Dengan Agresivitas Pada Mahasiswa Pecinta Alam Serta Tinjauannya Dalam Islam* (Doctoral dissertation, Universitas YARSI).
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). *Pengaruh trenfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab*. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 158-181.
- Sinaga, E. M. (2019, August). *Studi Fenomenologi Pembelian Impulsif Oleh Wanita Yang Tergabung Dalam Grup Rumah Kebaya Vera*. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* (Vol. 2, No. 1).
- Solihin, O. (2015). *Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban*. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 5(2).

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono & Susanto, A. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Edisi ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). *Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja*. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145–152. <http://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>.
- Supriatna, N. (2016). *Pengaruh Implementasi Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah (Studi Kasus Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kota Bandung)*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 941-948.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era internet (Implikasinya pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suseno, A. O., & Dewi, K. S. (2014). *Hubungan antara Ketidakpuasan Bentuk Tubuh dengan Intensi Melakukan Perawatan Tubuh pada Wanita Dewasa Awal*. *Empati*, 3(3), 20–31.
- Tooy, S. M. (2015). *Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Konsumen Laki-Laki Dan Perempuan Berdasarkan Proses Afektif Dan Kognitif*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2).
- Triwijayati, A., & Pradipta, D. B. (2018). *Kelas Sosial vs Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods Dan Jasa*. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 155-172.

- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). *Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*. Jurnal Penelitian Psikologi, 33-40. Online. (<http://jurnalfpk.uinsby.ac.id/index.php/JPP/article/view/350>). ISSN 2549 9882. DOI <http://doi.org/10.29080/jpp.v11i1.350>.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Verplanken, B. and Herabadi, A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. European Journal of Personality, 15, S71-S83. <http://dx.doi.org/10.1002/per.423>.
- Vishnu, Parmar & Ahmeed Rizwan Raheem. (2013). *European Journal of Scientific Research*. Vol. 100. No.3. pp. 67-79.
- Widawati., L. (2011). *Analisis Perilaku “Impulse Buying” Dan “Locus Of Control” Pada Konsumen Di Carrefour Bandung*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, 2, 125-132.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas*. Jurnal Psikologi Teori dan Terapan, 6(2), 102 - 106. <http://doi.org/10.26740/jptt.v6n2.p102-106>
- Yuniarti, Y., Tan, M. I., Siregar, A. P., & Amri, A. I. S. (2021). *Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas)*. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 10(01), 153-159.
- Zaelani, Fikri. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim Online (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi)*. Sarjana Thesis, Universitas Siliwangi.