

DAFTAR PUSTAKA

- Anin. A., Rasimin., & Atamimi, N. (2008). Hubungan *Self Monitoring* Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja. *Jurnal Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*. Volume 35, No.2, 181-193. ISSN: 0215-8884.
- Anisa, D. F. (2020). Mengintip Standar Kecantikan di Setiap Generasi. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/596815/mengintip-standar-kecantikan-di-setiap-generasi>
- Anna, L. K. (2019). Mengapa Remaja Sudah Butuh Skincare. *Lifestyle.kompas.com*
- Ayu. I. (2021). Industri Kosmetika Diproyeksi Tumbuh 7 Persen Tahun Ini. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., Bryne, D. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Berliana, N. (2018). Studi Deskriptif Analitis Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam UIN AR-RANIRRY. *Thesis Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Ranirry. Banda Aceh.
- Conger, J. J. (1991). *Adolesence And Youth: Psychological Development in Achanging World*. 4th Edition. New York: Harper Collin Publishers.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self Esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman Company.
- Coopersmith, S. (1990). *The Antecedents of self esteem*, Consulting Psychologists Press.
- Dewi. R. K. (2020). MENGENAL IMPULSIVE BUYING, KEBIASAAN BOROS YANG DAPAT DI REM SAAT PANDEMI. Diakses dari www.kompas.com
- Dewi, N. P. L. (2018). HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA

- AKHIR. *Thesis Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Dholakia, U.M. (2000). *Temptation and Resistance: An Integrated Model of Consumption Impuls Formation and Enactment*. Psychology and Marketing. John Wiley and Sons, Inc. Vol 17 (11).
- Engel et al. (1994). *Perilaku Konsumen* Jilid I. Jakarta: Bina Rupa Aksara (1995). *Perilaku Konsumen Edisi keenam* Jilid 2. Bandung: Binarupa Aksara
- Erlisya, R. (2021). Hubungan *Self Esteem*, dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa UIN SUSKA RIAU. *Thesis Fakultas Psikologi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari: [pdf \(uin-suska.ac.id\)](http://uin-suska.ac.id)
- Fakhrunissa, R. A., Kusdibyo, L., & Kania, R. (2020). Persepsi Wanita Millennial terhadap Produk Kecantikan Hijau. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 1030-1034).
- Feist & Feist. (2010). *Teori Kepribadian*, edisi 7. Jakarta: Salemba Humanika.
- Guindon, M.H. (2010). *Self Esteem Across The Lifespan*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Hadjali, H. R., Salimi, M., Ardestanio, M. S. (2012). *Exploring Man Factors Affecting On Impulsive Buying Behaviors*. Journal Of American Science. Vol: 8, No:1.
- Henrietta, P. (2012). IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA. *Jurnal Psikologi*, vol. 11, no. 2. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Hunter, M. (2014). The 5 types of customers. *About money*. [viitattu 1.9. 2014] Saatavissa: [http://sbinfocanada. about. com/od/customerservice/a/customertypesmh. htm](http://sbinfocanada.about.com/od/customerservice/a/customertypesmh.htm).
- Hurlock, E. B. 1980. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Gramedia.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga, Jakarta.
- Iswari, T. R. (2007). *Buku pegangan ilmu pengetahuan kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kumampung, D. R. (2020). Survei: Generasi Z Rela Habiskan Uang demi Merawat Kecantikan. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/01/23/153536320/survei-generasi-z-rela-habiskan-uang-demi-merawat-kecantikan>
- Kusumawati, M. D. (2018). HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN NIAT MEMBELI PRODUK KOSMETIK IMPOR PADA REMAJA PUTRI. *Thesis Skripsi Fakultas Psikologi*. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse buying pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170-183. Diakses dari <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/view/2449>.
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal Empati*, 9(1), 58-64.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mairoslianti, W., & Fikry, Z. (2021). Hubungan Self Esteem dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Perhotelan dan Pariwisata Universitas Negeri Padang. *Socio Humanus*, 3(1), 186-195.
- Midori, L., Ghifari, R., & Wicaksono, F. (2019). PERILAKU IMPULSE BUYING PADA REMAJA AKHIR DI TANGERANG SELATAN. Diakses dari [\(PDF\) Perilaku Impulse Buying pada Remaja Akhir di Tangerang Selatan \(researchgate.net\)](#)
- Mutia. (2020). *3 Produk Kecantikan Lokal yang Paling Banyak Dicari Konsumen Indonesia via Online*. Diakses dari www.liputan6.com
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA PENGEMAR K-POP. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 21(2), 79-86.
- Novara, A. (2018). Hubungan Antara Body Image Dissatisfaction Dengan Self Esteem Pada Pegawai Bank. *Thesis Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.

- Octaviani, C., & Kartasasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 126-133. ISSN-L: 2579-6359.
- Padmono. (2011). *Evaluasi Pengajaran*. Surakarta: UNS.
- Pallant, J. (2010). *SPSS Survival Manual 4th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming. *MOTIVA: JURNAL PSIKOLOGI*, 3(2), 43-51.
- Portal Ilmu. (2020). Mengenal Dunia Survey dan Survey Online. Diakses dari: <https://portal-ilmu/mengenal-dunia-survey-dan-survey-online>.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rachmawati, A, R. (2016). Nasarang, Perusahaan Asal Korea Selatan Siap Berinvestasi di Kota Bandung. www.pikiran-rakyat.com
- Rahmah, R. A. (2020). PERASAAN INSECURE PADA MASA COVID-19 MENGAKIBATKAN MARAKNYA ORANG MENJUAL PRODUK KECANTIKAN. <https://doi.org/10.31235/osf.io/uc735>
- Rahman, R. F. (2019). *HUBUNGAN ANTARA EKSTERNAL LOCUS OF CONTROL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PENGGUNA PRODUK NATURE REPUBLIC DI YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Rook, D, W. (1987). *The Buying Impulse*. Journal of Consumers Research, Vol: 14, No: 2. Rosenberg, M. (1965).
- Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 61(52), 18.
- Rosenberg, M., (1995), *Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes*, *American Sociological Review* 60, 141-156.
- Rumondor, P. C. B. (2015). Remaja, Penampilan, *Self Esteem*, dan Jerawat. Diakses dari [Remaja, Penampilan, Self-esteem, dan Jerawat – Psychology \(binus.ac.id\)](http://Remaja, Penampilan, Self-esteem, dan Jerawat – Psychology (binus.ac.id))
- Saputra, T. R. (2017). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Kecenderungan Impulse Buying Terhadap Trend Fashion Pada Remaja Kota* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

- Setyaningsih, S. (2013). Perilaku Konsumtif berdasarkan faktor demografi dan money attitude studi pada mahasiswa FEB UKSW. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.
- Sarah, Y. (2020). Hubungan Antara Harga Diri dan Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi. *Thesis Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.
- Singarimbun, M dan S, Effendi. (1987). *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian, dalam Djamaludin Ancok ed.* Metode Penelitian Survei, 122-124. LP3S, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Verplanken, B., Herabadi, A. (2001). *Individual Difference In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. European Journal Of Personality*. Eur J.Pers 15;S71-S83 DOI.10.1002. Per 423.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-regulation Approach. *Journal of Consumer Policy*, 34, 197-210.