

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Apidana Yordan, & Kholifah. (2022). Peran Self Control Dalam Memoderasi. *Journal of Digital Business and Management*, 1(1), 26–40.
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2020(1), 1–11.
- Ayu, D. R. (2020). Impulsif Buying Tendency sebagai Dampak dari Stimulus Lingkungan Toko dengan Pemediasi Emosi Positif (Studi pada Matahari Department Store di Thamrin Plaza Medan). *JaManKu: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(01), 59–71. <https://jurnal.harapan.ac.id/index.php/JaManKu/article/view/364>
- 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. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dr. Karunia, E., Azis, I., & Apriadi, D. (2025). *Pemasaran Era Digital (Strategi Memenangkan Persaingan di Dunia Online)*.
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau dari Kontrol Diri. *JCA of Psychology*, 3(01), 66–72. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/189>

- GÃ¼ltekin, B. (2012). The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4(3), 180–189. <https://doi.org/10.22610/jebs.v4i3.315>
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2), 131. <https://doi.org/10.22373/je.v3i2.3091>
- Heri, H., Lancang Kuning, U., & Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, I. (2022). The Influence of Store Atmosphere and Sales Promotion on Impulse Buying with Positive Emotion as an Intervening Variable at Martin Store Pekanbaru Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variab. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2486–2497. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Hutagalung, A. I. (2023). *HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE SKRIPSI OLEH : FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN PADA MAHASISWI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE SKRIPSI Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mem.*
- Indrajaya, S. (2016). Analisa Pengaruh Kemudahan Belanja, Kualitas Produk Belanja Di Toko Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, Jilid 5(2), 134–141.
- Jalilah, F. S. (2022). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Saat Perayaan Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS) Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Malang.*
- Langie, M. A., & Yuwono, S. E. (2023). Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee. *Communnity Development Journal*, 4(3), 6508–6513.
- Larasati, M. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang

- Melakukan Pembelian secara Online. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 02(1), 1–8.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/11000>
- M, N. G., & Suminta Risnawita, R. (2016). *TEORI-TEORI PSIKOLOGI.pdf* (pp. 21–32).
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143–152. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152>
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4532>
- Putri, A. U., & Anggraini, D. (2019). Apakah Impulsive Buying Pada Pria Metroseksual Terkait Dengan Gaya Hidup Hedonisme ? *Psychology Journal of Mental Health* Putri, A. U., & Anggraini, D. (2019). Apakah Impulsive Buying Pada Pria Metroseksual Terkait Dengan Gaya Hidup Hedonisme? *Psychology Journal of Mental Health*, 1(1), 37–48., 1(1), 37–48.
- Septian Wahyudi. (2017). *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*. 3(2), 111.
- Siregar, L. A., Diri, K., & Impulsive, K. (2022). *Linni Anggriara Siregar - Hubungan antara Kontrol Diri dengan Kecenderungan Impulsive....*
- Sulistiana, D., Arumsari, C., & Mutmainah, M. (2023). Profil Kontrol Diri Remaja Pada Siswa Di Tiga Sma Kecamatan Cigalontang Dan Implikasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 6(02), 36–46.
<https://repository.umtas.ac.id/id/eprint/391>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>

- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Yang Zhao, Yixuan Li, Ning Wang, Ruoxin Zhou, & Xin (Robert) Luo. (2021). A Meta-Analysis of Online Impulsive Buying and the Moderating Effect of Economic Development Level. *Information Systems Frontiers*, 1667–1688.
- Zidni Taufiqi, M. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap the Influence of Store Atmosphere To Impulse Buying and Consumer Satisfaction Woman in Matahari Department*. 1–47.