

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Dua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember \(2015\) : diakses pada tanggal 1 Juni 2020https://jemberkab.bps.go.id/statictable/2016/01/15/133/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur-tahun-2005---2014.html](https://jemberkab.bps.go.id/statictable/2016/01/15/133/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur-tahun-2005---2014.html)
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan: BPS : Jakarta. Artikel*. (Diakses pada Tanggal 1 Januari 2020)<https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/36947a549c51888e447570ee/direktori-pasar-tradisional-dan-pusat-perbelanjaan-2017.html>
- Badan Pusat Statistik. (2018).*Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia : Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Artikel*. (Diakses pada Tanggal 1 Januari 2020 ) <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>
- [Baskara, I.B. \(2015\).](#) Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian tidak terencana (impulse buying) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*. Vol 5 No 2
- Coley, A. 2002.*Affective and Cognitive Processes Involved in Impulse Buying*. BSFCS, The University of Georgia, 1999
- Databooks. (2019). *Jumlah pusat perbelanjaan. Artikel*. (Diakses pada 1 Januari 2020) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/27/jumlah-pusat-perbelanjaan-mencapai-708-unit-di-tahun-2018>
- Eastman. J. K. & Liu. J. (2012).The impact of generational cohorts on status consumption: An exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption. *Journal of Marketing*. Volume 29. No 2.
- Engel. J. F., Blackwell. R. D., Miniard. P.W. (1995). *Perilaku Konsumen, edisi ke 6 jilid kedua*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Fitriani, R. 2010. *Studi Tentang Impulse Buying Pada Hypermarket Di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro

- Gasiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*.
- Ghani, U., Imran, M., & Jan, A. F (2011) The Impact of Demographic Characteristic on Impulse Buying Behavior Of Urban Consumer In Peshawar. *International Journal of Academic Research*. Vol 3 No 5.
- Gumulya J & Widiastuti M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Prilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Media Ilmu Psikologi*. Vol 11 No 1
- Henrietta, P. (2012). Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi UNDP*, 11(2), 1-6.
- Herabadi, A. G., Verplanken, B., van Knippenberg, A. (2009). Consumption Experience of Impulsive Buying in Indonesia: Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Social Psychology Journal of Academic Research*. Vol 3 No . II
- Kacen, J.J., & Lee, J.A., (2002), The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*
- Kim, D., Ammeter, A. P. (2008). Examining shifts in online purchasing behavior: decoding the net generation. *Academy of Information and Management Sciences Proceedings*. Vol. 12, No. 1
- Latipun. (2011). *Psikologi Eksperimen. Edisi Kedua*. UMM Press
- Lin, C. H & Chuang, S. C. (2005). The Effect of Individual Differences on Adolescents' Impulsive Buying Behavior. *Adolescence: ProQuest Sociology*. 551
- Lin, C.H & Lin M. (2005). An Exploration of Taiwanese adolescents' impulsive buying tendencies. *Adolescence*. Vol 40 No 157. 215-23
- Loudon, D. L. & Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior and Application (4<sup>th</sup> edition)*. Singapore : McGraw-hill
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Mutiarachmah D , Maryatmi A S. (2019). Hubungan antara regulasi diri dan *psychological well-being* dengan kecemasan dalam menghadapi dunia kerja pada mahasiswa tingkat akhir jurusan kesejahteraan sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*. Vol 3 No 3 Bulan November : Universitas Persada Indonesia Y.A.I
- Nani M. Sugandhi dan Aas Saomah. (2012). Pengantar Bimbingan dan Konseling Pribadi Sosial. *Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan, FIP : UPI*

- Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Notoatmudo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Pisani. L.2017. Hubungan antara regulasi diri dengan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja akhir terhadap produk barang. *Skripsi* : Fakultas Psikologi : Universitas Sanata Dharma (diakses pada tanggal 30 Desember 2019)
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*. Vol 9 No 18
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk budaya populer dan konstruksi perilaku konsumen studi terhadap remaja. *Visi Komunikasi*. Vol 13 No 1
- Ristekdikti. *Mengoptimalkan Bonus Demografi*. Artikel 31 Agustus 2017. Diakses pada, 8 November 2017. <https://www.ristekdikti.go.id/mengoptimalkan-bonus-demografi/>
- Rook, D. W & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying measuring intapersonal perceptions of interpersonal relationship. *Communication Research*.
- Rook, D.W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*. Vol. 14
- Rook, Dennis W., & Gardner, Meryl. (1993). In the mood: Impulse buying's affective antecedents. *Research in Consumer Behavior* (Vol. 6, pp.1– 28). Greenwich, CT: JAI Press.
- Saad M & Metawie M. (2015). Store environment, personality factors and impulse buying behavior in Egypt: the mediating roles of shop enjoyment and impulse buying tendencies. *Journal of Business and Management Sciences*. Vol. 3, No. 2, 69-77
- Santrock, J. W. (2002). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup) Edisi 5 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Schiffman,. & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks
- Sekaran. U.(2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Shakeri. S.,& Farahani, M. V. (2016). Investigation of the impacts of personal and situational factors on consumer impulse buying. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*. ISSN: 2320-5407. Int. J. Adv. Res. 4(9), 1842-1849.
- Solomon. M. R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed.,.* New Jersey: Pearson Addison Wesley

- Stern, H. (2015). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*. Vol. 26, pp. 59-62.
- Sugianto, R. V., & Brahmana, R. K. M. R. (2018). Pengaruh self-congruity, curiosity, dan shopping well-being terhadap pola konsumsi fast fashion pada generasi millennial di Surabaya. *Agora*. Vol 6 No 1
- Sumarwan, Ujang, Perilaku (2011)*Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran edisi Kedua*. Penerbit Ghalia Indonesia : Bogor
- Taufiq. R. A., Mandasari.E.,& Romdani.(2018). Analisis faktor faktor pembentuk konsumsi status pada generasi millennial. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol 4 no 2
- Verplanken, B. & Herabadi, A.G (2001). *Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. *European Journal of Personality*. Vol 15
- Verplanken, B. & Sato, A. (2011). *The psychology of impulse buying : an integrative self-regulation approach*. *Journal Consum Policy*.
- Verplanken, B., Herabadi, A.G., Perry, J.A. and Silvera, D.H. (2005). *Consumer style and health: the role of impulsive buying in unhealthy eating*. *Psychology and Health*, Vol. 20, pp. 249-441.
- Wardani. A. M. (2010). Hubungan antara regulasi diri dan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja tengah. *Skripsi*. Fakultas Psikologi : Universitas Sanata Dharma.
- Wood M.(1998). Socio economic staturse, delay of gratification, and impulsife buying. *Journal Of Economic Psychology*. 295 – 320
- Yahmini. E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa ditinjau dari Latar Belakang Keluarga. *Bisnis dan Ekonomi*. Vol 2 No 1
- Yang, J. (2012) The Korean wave (Hallyu) in east Asia: A comparison of Chinese, Japanese and Taiwanese audiences who watch Korean TV dramas. *Development and society*, 41(1): 103-147