

## DAFTAR PUSTAKA

- Anin F, Rasimin BS, Atamini Nuryati, (2015). Hubungan *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* terhadap Produk Fashion pada Remaja. *Jurnal Psikologi*. Yogyakarta. 2008.
- Azwar, S. (2004). Metode Penelitian. Penerbit: Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Azwar, S. (2009). Penyusunan Skala Psikologi. Penerbit: Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Azwar, S. (2010). Reliabilitas dan Validitas. Penerbit: Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Bashar, A., & Saraswat, K.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brigham, J.C., (1991). *Social Psychology*. New York : Harper Collins Publisher.
- Cahyani, Y. (1995). Iklan, Televisi, dan Perilaku Remaja Perkotaan. Universitas Surabaya.
- Calhoun, J.F. Acocella, J.R., (1990). *Psychology of Adjustment and Human Relationship*. New York: McGraw Hill, Inc.
- Chaplin, j.p (2006). Kamus lengkap psikologi. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Chen-Yu & Seock, (2002). *Adolescents Clothing Purchase Motivation, Information Sources, and Store Selection Criteria: Comparison of Male/ Female and Impulse/ Non impulse Shoppers. Family and Consumer Sciences Research Journal*.31, 4, American Association of and Consumer Science.
- 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).
- Effendi, U & Batubara, R.A. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Engel et al. (1994). Perilaku Konsumen Jilid I. Jakarta : Bina Rupa Aksara (1995). Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid 2. Bandung : Binarupa Aksara
- Engel, J.E, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1995). Perilaku Konsumen, Ed isi 6 Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Elfida, D. (1995). Hubungan Kemampuan Mengontrol Diri dan Kecenderungan Berperilaku Delinkuen pada Remaja. *Skripsi (Tidak Diterbitkan)*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Ghufron (2004). Hubungan kontrol diri dan persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua dengan prokrastinasi akademik. *Tabula Rasa*. Nomor 1, Volume 2, April 2004
- Hadi, S. (1991). *Statistik 2*. Yogyakarta : Andi Offset
- Hadi, S. (2000). *Statistik Jilid I*. Yogyakarta : Andi Offset
- Hawkins, D., Mothersbough, D., dan Best, R.2007. *Consumer Behaviour:Building Marketing Strategy (10 th ed)*. McGraw Hill Irvin
- Hawkins, Del, I., Roger, J.B., and Kenneth, A.C. (2007). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, Tenth Edition, McGraw-Hill Irwin, New York.
- Herabadi. (2003).Perbedaan Individual dalam Kecenderungan Belanja Impulsif: Sarat Emosi dan Pendek Pikir. *Jurnal Psikologi*. Vol 12. No. 2. September 2003
- Hurlock, E. (1997). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Masa* Alih Bahasa : Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kasmadi, M.Pd., Sunariah, N.S, M.Pd. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Penerbit: Alfabeta, Bandung –Indonesia.
- Kramadibrata, D.T. (2014). Hubungan antara pembelian impulsif dengan penyesalan pasca pembelian pada konsumen Sogo PVJ Di Bandung Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kumara, A., (1988). *Studi penelitian tentang Validitas dan Realibilitas? The test of Self Confidence?.Laporan penelitian*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Kusuma,A. (2014). *Pengaruh fashion involvement, hedonic consumption tendency, dan positive emotion terhadap fashion oriented impulse buying kalangan remaja di Surabaya*.
- Sihotang, A. (2009). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja.
- Suryabrata, S, (1983). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: C.V. Rajawali.
- Kacen, J. J. & Lee, J. A. (2002). *The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 12.

- Kosyu, dkk. (2014). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*.
- Loudon, D.L. & Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior Concept and Application. Fourth Edition*. Singapore: McGraw Hill Book co.
- McMillan, J. H. & Schumacher, S. (2006). *Research in Education: Evidencebased Inquiry* 6th ed. Boston: Pearson Education, Inc.
- McNeal, J. U. (2007). *On Becoming a Consumer The Development of Consumer Behavior Pattern in Childhood*. Butterworth- Heinemann.
- Mowen, John C. dan M. Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mubin, M.A. & Ari Cahyadi. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: P.T. Ciputat Press Group.
- Park, E. J., E. Y. Kim, and J. C. Forney. (2006). *A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4).
- Papalia, D. E., Olds, S. W., Feldman, R. D. (2009). *Human Development: Perkembangan Manusia* (Edisi 10, Buku 2). Jakarta: Salemba Humanika.
- Reynolds, S. H., Scott, J. D., and Warshaw, M. R. 1973. *Introduction to Marketing Management Text and Cases*. Illinois:Irwin, Inc.
- Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse*. *Journal of Consumer Research*, 14 (2).
- Rook, D. W. & Gardner, M. (1993). *In the Mood: Impulse buying's Affective Antecedents*. *Research in Consumer Research* (vol. 6, pp. 1-28). Greenwich, CT: JAI Press.
- Samhadi, S. H. (2006). *Dalam Cengkeraman Konsumtisme*. Jakarta: Kompas.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta –Indonesia.
- Semuel, Hatane. (2005). *Respon Lingkungan Berbelanja sebagai Stimulus Impulse Buying pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya)*. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, vol. 7. No.2.
- Solomon, M. (1996). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall International.

- Suryabrata, S. (1983). *Pengukuran dan Evaluasi Pendidikan. Dalam Materi Dasar Pendidikan Program Bimbingan dan Konseling di Perguruan Tinggi*. Bimo Walgito (Editor). Jakarta: Direktorat Jenderal Dikti.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif. [www.e-psikologi.com](http://www.e-psikologi.com). (diakses pada tanggal 14 April 2017).
- Taviono, PDP. (2016). *Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Remaja*.
- Tinarbuko, S. (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogyakarta*. Jakarta: Kompas.
- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. *European Journal of Personality*, 15, S71-S83.
- Wood, M. (1998). Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*, 19 (3).
- Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zebua, A & Nurdjayadi, R. (2001). *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. *Phronesis*.
- <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/22/produk-fashion-paling-banyak-diburu-konsumen-online> (diakses tanggal 30 April 2017)