

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ashfaq, S., Kayani, G., & Ahmed, M. (2016). Impact of individualism, collectivism, mood, proximity and savings on impulsive buying behavior in Pakistan. *Journal Of Scientific Research*, doi:10.5829/idosi.mejsr.2016.24.05.23260, 1758-1765.
- Merrysha, E. A. (2018). Hubungan Antara Kerdasan Emosional dan *Employability* pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Skripsi*.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offiset.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barnath, I. (2016). Emotionsl Intelligence. *Women Police*, 32 2, 16-17.
- Bong, s. (2016). Pengaruh In Store Stimuli Terhadap Impulsive Buying Behavior Kunsumen Hipermart Di Jakarta. *Jurnal Management*, 31-52.
- Buedincho, P. (2003). Impulse Purchasing: Tred or Traid?." Orlando: UFC
- Data, I. (2020, . .). *Riset Perilaku Dan Belanja Remaja Indonesia 2020*. Retrieved February 07, 2021, from indonesiadata: <https://indonesiadata.id/book/riset-perilaku-dan-belanja-remaja-indonesia-2020/>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2013). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Fika, A. U., & Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif ditinjau dari Kontrol diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi, Volume 3 Nomor 1*, 46-57.
- Goleman, D. (1999). *Working With Emotional Inteligence: Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, Daniel. (2000). *Kecerdasan Emosi: Mengapa EI lebih Penting daripada IQ*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Goleman, D. (2015). *Emotional intelligence (kecerdasan emosional)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Herabadi, A. G. (2003). Perbedaan Individual dalam Kecenderungan Belanja Impulsif Sarat Emosi dan Pendek Pikir. *Jurnal Psikologi, 12 Nomor 2*, 58-70.
- Hubert, M. (2013). Neural Correlates Of Impulsive Buying Tendencies during Preception Of Produc Packaging. *Psychologi And Marketing*, 861-873.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Karuehany, Y. (2017). Hubungan Antara Control Diri Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *In skripsi*. Yogyakarta: Universirtas Mercu Buana Yogyakarta.
- Kecen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavio. *Journal of Consumer Psychology, Volume 12 Nomor 2*, 163-167.
- Khare, D. (2011). Influence of consumers' susceptibility to interpersonal influence, collective self-esteem and age on fashion clothing involvement: A study on Indian consumers. *Journal of Targeting Measurement and Analysis for Marketing, 19 (3)*, 227-424.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Jurnal Penelitian Psikologi, 02 (3)*, 1-8.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 9 (1)*, 98-108.
- Primadhyta, S. (2015, November 02). *Generasi Milenial RI Paling Impulsive Belanja Barang Mewah*. Retrieved 02 07, 2021, from CNN Indonesia: <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-milenial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>

- Robbins, Stephen, P., & Judge, T. A. (2012). *Organizational Behavior 15th ed.* New Jersey: Prentice Hall.
- Rook, D. W., & Gardener, M. P. (1993). In the mood: impulsive buying's affective antecedents. In R. W. Belk (Ed.). *Research in consumer behavior*, 6, 1-28.
- Saifuddin, A. (2017). *metode penelitian, edisi kedua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Safirah, Y. (2016). *Pengaruh Atmosphere Terhadap Perilaku Impulsive Buying. Skripsi*.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*. 9, 185-211.
- Salovey, P., & Vera, A. (2005). Cultural influences on the relation between perceived emotional intelligence and depression. *Journal Of Psychology*, 18(1), 91-107.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja. Edisi kesebelas*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2002). *Statistika Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.00 for Windows*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no Thinking. *European Journal Of Personality*. 15, S71-S83.