

DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, A. (2003). *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alwisol. (2014). *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*. Malang: UMM Press.
- Ambarwati, Y., & Safitri, R. M. (2011). Hubungan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada remaja di Yogyakarta. *Jurnal Sosiohumaniora*, 2(2), 53–101. Diambil dari <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/soshum/article/view/80>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic And Statistical Manual Of Mental Disorders Fifth Edition DSM 5*. American Psychiatric Publishing.
- Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49–58. Diambil dari <https://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE/article/view/36>
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah S1 Undip*, 6(1), 332–337. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/15141>
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Carré, J. M., Geniole, S. N., Ortiz, T. L., Bird, B. M., Videto, A., & Bonin, P. L. (2017). Exogenous Testosterone Rapidly Increases Aggressive Behavior in Dominant and Impulsive Men. *Biological Psychiatry*, 82(4), 249–256. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2016.06.009>
- Emia, F., & Marwan, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(2), 52. <https://doi.org/10.32493/jk.v7i2.y2019.p52-58>
- Ercis, A., & Unalan, M. (2017). Relationship among big five personality traits, compulsive buying and variety seeking. *Journal of Management, Marketing and Logistics - (JMML)*, 4(3), 217–223. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2017.483>
- Ergun, K., & No, O. (2021). Determinants of Demand for Luxury Goods: A Comparative Study among Three European Countries Lüks Mal Talebinin Belirleyicileri: Üç Avrupa Ülkesinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma, (October

- 2020), 128–146. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/349457094_Determinants_of_Demand_for_Luxury_Goods_A_Comparative_Study_among_Three_European_Countries
- Feist, J., & Feist, G. J. (2011a). *Teori Kepribadian Theories of Personality Buku 1* (Edisi 7). Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2011b). *Teori Kepribadian Theories Of Personality Buku 2* (Edisi 7). Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11. Diambil dari <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/203>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. Diambil dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8338>
- Gohary, A., & Hanzae, K. H. (2014). Personality Traits as Predictors of Shopping Motivations and Behaviors: A Canonical Correlation Analysis. *Arab Economic and Business Journal*, 9(2), 166–174. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2014.10.001>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, T., & Rarung, C. M. (2020). Peran Kecerdasan Budaya Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Online Generasi Milenial Yang Merantau Di Jakarta. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71. <https://doi.org/10.33024/jpm.v2i2.3001>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mangkunegara, A. P. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Monks, F., Knoers, A. M. P., & Hadinoto, S. R. (2014). *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nuraini. (2019). Pengaruh Kepribadian Introvert Dan Extrovert Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di SMA Muhammadiyah Medan. *Proceeding: The Dream Of Millenial Generation To Grow*, 2(1). Diambil dari <http://proceeding.uma.ac.id/index.php/ptdomgtg/article/view/158>
- Ompi, A. P., Sepang, J. L., Wenas, R. S., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk

- Fashion Di Outlet Cardinal Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4). Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21318>
- Pelau, C., Serban, D., & Chinie, A. C. (2018). The influence of personality types on the impulsive buying behavior of a consumer. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12(1), 751–759. <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0067>
- Permana, S. N., & Adelina, I. (2021). Hubungan Trait Kepribadian dan Impulse Buying pada Pengguna E - Commerce "X." *Jurnal IKRA-IT*, 5(1), 1–11. Diambil dari <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/847>
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2005). *Personality Theory And Research Ninth Edition*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3). Diambil dari <http://www.ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/173>
- Putri, A. P. (2017). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Pada Guru Madrasah Ibtidaiyah Berdasarkan Status Sertifikasi Dan Jenis Kelamin Di Kementerian Agama Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep*. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Diambil dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/6018/1/12410127.pdf>
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja: Edisi 11 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sindonews. (2019). Hobi Belanja, Mahasiswa Habiskan Puluhan Juta Per Bulan. Diambil 31 Oktober 2020, dari <https://gensindo.sindonews.com/berita/240/1/hobi-belanja-mahasiswa-habiskan-puluhan-juta-per-bulan?showpage=all>
- Siswanto, A. B., Damajanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2020). Perancangan Koleksi Fashion Storytelling Tentang Kepribadian Introvert Dan Ekstrovert, 1(16). Diambil dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10202>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Tifferet, S., & Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of Product and Brand Management*, 21(3), 176–182. <https://doi.org/10.1108/10610421211228793>
- Tulungen, C. E. (2013). Comparative Analysis of Impulse Buying Based On Gender Differences. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1349–1357. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2914>
- Vinitha, & Shanthakumari. (2017). A Study on Factors Influencing the Consumer Buying Behaviour Through Online Portal. *IOSR Journal of Business and*

Management, 19(04), 38–41. <https://doi.org/10.9790/487x-1904013841>

Wahyuni. (2016). Pengaruh Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada PT Telkom , Tbk Witel di kota Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 563–575. Diambil dari [https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/Jurnal Wahyuni \(06-20-16-03-47-51\).pdf](https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/Jurnal_Wahyuni_(06-20-16-03-47-51).pdf)

Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 6(2), 102. <https://doi.org/10.26740/jppt.v6n2.p102-106>

Wulandari, S. Z., & Suliyanto. (2012). Orientasi Berbelanja Pakaian di Distro. *Trikonomika*, 11(1), 40–48. Diambil dari http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_197711381618.pdf

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

