

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2015). *Riset Pendidikan : Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Ghufron, N dan Risnawita, R (2012). *Teori – teori Psikologi*. Yogyakarta : Ar – Ruzz Media.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goleman, D. (2015). *Emotional Intelligence (terjemahan)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen: Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga. (Edisi kelima).
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : CAPS.
- Yustina, M. (2015). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: Alprin.
- Afandi, A.R & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsif Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 3(3), 123-130.
- Fitrawaty. & Hasibuan, R.D.A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21-27.
- Hidayat, R. (2016). Rasionalitas: *Overview* terhadap Pemikiran dalam 50 Tahun Terakhir. *Buletin Psikologi*, 24(2), 101-122
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy. & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi *E-Wallet* terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*. 5(2), 137-160.
- Miranda, Y.C. (2016). Kajian Terhadap Faktor yang Mempengaruhi *Impulse Buying* dalam *Online Shopping*. *Jurnal Kompetensi*, 10(1), 64-76.
- Ngasifudin, M. (2017). Rasionalitas dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 7(2), 111-119.
- Nindyakirana, R.H & Maftukhah, I. (2016). Membangun Emosi Positif Melalui Promosi Penjualan Dan Lingkungan Toko Dampaknya Terhadap *Impulse Buying*. *Management Analysis Journal*. 5(4), 375-388.
- Novitasari, P.P., Hanafi, S. & Naim, M. (2019). Pola Asuh Orang Tua Tunggal dalam Menunjang Perkembangan Kecerdasan Emosional Pada Anak Usia Dini Di Kelurahan Unyur, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. 2(4) 190-198.
- Putri, S.F., Widodo, J. & Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI

- Ilmu Sosial SMA Negeri Se-Kota Semarang). *Journal Of Economic Education*, 5(2), 179-192.
- Qitbiyah, M. (2015). Pengaruh *Loneliness* Terhadap *Impulsive Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswi Konsumen Online Shop. *Journal Of Psychology*, 5(3), 20-32.
- Rozaini, N. & Ginting, B.M. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion*. *Jurnal Niagawan*, 8(1), 1-9.
- Sari, A.E. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 13(1), 55-73.
- Suratno, S., Denmar, D. & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru SMA Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. 2(4), 501-515.