

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, A. 2019. Efektivitas Konseling Kelompok Menggunakan *Cognitif Behavior Therapy* untuk Menurunkan *Impulsive Buying* Pada peserta Didik Di SMPN 3 Bandar Lampung Tahun Ajaran 2019/2020 (Doctoral Disertation, UIN Raden Intan Lampung)
- Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beatty, S. E., & Ferrell, E. M. (1998). Impulsive Buying: Modeling. Its Precursors. *Journal of Retailing*, Vol. 74 No.2 hlm. 169-191.
- Bulantika. Siti Zahra, Mungin eddy Wibowo & Muhammad Jafar.2018.”Group Counseling with Systematic Desentization Techniques and Thought stopping Techniques to Reduce Social Anxiety”. *Jurnal Bimbingan Konseling*.
- Chaplin, J. (2011). Kamus Psikologi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Ciyawati, Kewes Ade. 2020. “Keefeektifan Konseling Kelompok Pendekatan Contif Behavior Therapy (CBT) dengan Teknik Thought Stopping dan homework Assigment untukMengurangi Perilaku Konsumtif Siswa”
- Corey, Gerald.2013. Teori dan Praktik Konseling dan psikoterapi. Bandung:Redaksi Refika.
- David Loudon, Albert J Della Bitta dan Hawkins Stren dalam V Rachmawati. —hubungan antara hedonic, shoppng, posiriv emotif, dan prilaku impulse buying — (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga, 2009), h. 29-30.
- Erford. Bradley.2015. 40 Teknik yang harus diketahui setiap konselor edisi kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fuad, Afmi., Ita P., dan Muhammad Nur Akhrori. 2022. “*Impulsive Buying* pada Konsumen Tanaman Hias Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif)”. *Jurnal Kesehatan dan Kedokteran (JUKEKE)* Vol 1 No 2.
- Habsy, B.A. 2021. “Panorama Teori-Teori Konseling Modern dan Post Modern (Refleksi Keindahan dalam Konseling)”. Malang: Media Nusa Creative.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). HUBUNGAN antar Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri

Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Character*, Vol.3, No.3, 1-7.

- Makarim, Fadhli Rizal. 2024. *Konseling*. Tersedia: <https://www.halodoc.com/kesehatan/konseling>. (diakses 10 Januari 2024)
- Muchlisin, Riadi. 2021. “Konseling Kelompok – Pengertian, tujuan, karakteristik, teknik, dan tahapan”. Tersedia: <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/pembelian-impulsif.html> (diakses pada 06 Januari 2024)
- Muruganatham, G., & Bhakat, RS (2013). Tinjauan Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Internasional Studi Pemasaran*, 5 , 149.
- Muruganatham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 3, 149- 160.
- Natalia, Anindiyas D. 2020. Pengaruh *Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, Sales Promotion, Money Availability, Dan Presence Of Others* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi *E- Commerce Shopee* Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIKA soegijapranata).
- Putri, Aulia M.H. 2022. Alasan Masyarakat Belanja Secara Impulsif, Termasuk Kamu?. Tersedia: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20221206085605-128-394085/ini-alasan-masyarakat-belanja-secara-impulsif-termasuk-kamu> (diakses 20 Januari 2024)
- Redaksi OCBC. 2023. “Mengenal *Impulsive Buying, Faktor Pemicu dan Tips Mencegahnya*”. Tersedia: <https://www.ocbc.id/id/article/2021/07/23/impulsivebuying#:~:text=Pertama%2C%20dampak%20negatif%20impulsive%20buying,demi%20memuaskan%20nafsu%20pribadi%20saja>. (diakses 10 Januari 2024)
- Rook, D., & Fisher, R. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305–313. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Santoso, singgih. 2014.”Statistik Parametrik Konsep Dasar dan Aplikasi SPSS”. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Team Money+. 2022. Dampak *Impulsive Buying*, Kebiasaan Buruk yang Harus Di lawan. Tersedia:

<https://blog.amartha.com/dampak-impulsive-buying-kebiasaan-boros-yang-harus-dilawan/>. (diakses 06 Januari 2024)

Tim Prodipan. 2024. “Kamus Gen-Z Berkenalan dengan 80 istilah populer kesehatan mental, relasi sebaya, strategi belajar, dan perkembangan karier remaja hari ini”. Banten. CV Prodiplan Indonesia

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulsive Tendency: Feeling and no Thinking. *Journal of Personality*, S72-S83.

Wikel, W.s dan M.M suhariastuti, Bimbingan dan konseling di instansi pendidikan, Yogyakarta: media abadi, 2007.

Yogi, Yolanda. 2023. Fenomena Belanja Online Yang Mengubah Kehidupan Masyarakat. Tersedia: <https://www.kompasiana.com/yolandayogi2945/65123e63ae1f077898374b92/fenomena-belanja-online-yang-mengubah-kehidupan-masyarakat> (diakses 20 Januari 2024)