

**PENGARUH *SELF-ESTEEM* DAN *SELF-REGULATION* TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION* BERBASIS *ONLINE* PADA
MAHASISWA KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi



Disusun oleh :

Muhammad Aflaha Prawira Rachmaputra

1806026

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

**Pengaruh *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* terhadap Pembelian Impulsif
Produk *Fashion* berbasis *Online* pada Mahasiswa Kota Bandung**

Oleh

Muhammad Aflaha P.R

NIM 1806026

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Psikologi di Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Pendidikan Indonesia

© Muhammad Aflaha P.R

Universitas Pendidikan Indonesia

November 2022

©Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, foto kopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *SELF-ESTEEM* DAN *SELF-REGULATION* TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION* BERBASIS *ONLINE* PADA
MAHASISWA KOTA BANDUNG

Muhammad Aflaha P.R

1806026

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd.

NIP. 19780312 200501 2 002

Pembimbing II



Gemala Nurendah, S.Pd., M.A.

NIP. 19830202 201012 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog

NIP. 19700726 200312 2 001

SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN PADA:

Hari, Tanggal : Rabu, 30 November 2022
Waktu : 08.00 – 09.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang 1, Lantai 8 Fakultas Ilmu Pendidikan

Para Penguji terdiri atas:

Penguji I



Dr. Sri Maslihah, M. Psi, Psikolog

NIP. 19700726 200312 2 001

Penguji II



Drs. H. Engkos Kosasih, M.Pd

NIP. 19611002 198403 1 004

Penguji III



Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd.

NIP. 19780312 200501 2 002

Tanggung jawab yuridis ada pada:

Peneliti,



Muhammad Aflaha Prawira Rachmaputra

NIM. 1806026

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* terhadap Pembelian Impulsif produk *Fashion* berbasis *online* pada Mahasiswa Kota Bandung**” beserta seluruh isinya sepenuhnya karya saya. Saya tidak menjiplak karya milik orang lain atau mengutip dengan etika ilmu penelitian yang berlaku. Dengan pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi apabila di kemudian hari ditemykan pelanggaran terhadap keaslian di dalam skripsi saya.

Bandung, November 2022

Peneliti



Muhammad Aflaha P.R

NIM 1806026

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Puji dan syukur tak hentinya peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan peneliti kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi berjudul, “Pengaruh *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* terhadap Pembelian Impulsif produk *Fashion* berbasis *online* pada mahasiswa Kota Bandung”.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan segala kerendahan hati, peneliti ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan tidak sempurna. Saran dan masukan dari berbagai pihak akan sangat membantu peneliti. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan referensi bagi peneliti selanjutnya maupun pembaca.

Bandung, November 2022

Peneliti.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur tak hentinya peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kekuasaan dan karunia-Nya, penelitian ini dapat terselesaikan. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Sri Maslihah, M. Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi sekaligus Dosen Penguji yang telah memberikan ilmu serta masukan kepada peneliti selama menempuh Pendidikan di Psikologi UPI sampai sidang skripsi.
2. Bapak Helli Ihsan, S.Ag., M.Si. selaku sekretaris program studi yang telah memberikan ilmu serta memberi masukan kepada peneliti.
3. Ibu Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd. dan Ibu Gemala Nurendah, S.Pd., M.A. selaku dosen pembimbing yang terus memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan kepada peneliti selama penyusunan hingga selesainya penelitian skripsi ini.
4. Ibu Anastasia Wulandari, M. Psi., Psikolog selaku Dewan Skripsi yang telah mengarahkan serta memberikan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Helli Ihsan, S.Ag., M.Si. sebagai dosen verifikator yang memberi arahan dan masukan kepada peneliti.
6. Seluruh dosen serta jajaran staf di Program Studi Psikologi UPI yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama peneliti menempuh pendidikan di Program Studi Psikologi UPI.
7. Seluruh responden yang membantu sebagai subjek penelitian dan semua pihak yang turut membantu dalam penyebaran kuesioner.
8. Teman-teman peneliti (Argo, Fauzi, Fanny, Karina, Qori, Kevin, Raihan, Farras, Ahmad, dan Analog Family) yang telah memberikan dukungan dan telah menemani peneliti selama menempuh pendidikan di Psikologi UPI.
9. Almarhum Ayah, Ibu, Kakak, serta keluarga yang senantiasa mendoakan serta memberikan dukungan tanpa henti kepada peneliti.

ABSTRAK

Muhammad Aflaha Prawira Rachmaputra (1806026). Pengaruh *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* terhadap Pembelian Impulsif produk *fashion* berbasis *online* pada mahasiswa Kota Bandung. Skripsi. Program Studi Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung (2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* terhadap Pembelian Impulsif produk *fashion* berbasis *online* pada mahasiswa Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel penelitian ini terdiri atas 450 responden dengan karakteristik mahasiswa berusia 18-22 tahun yang berkuliah di Kota Bandung. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling*. Peneliti menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* yang dirancang Rosenberg (Mahardika, 2021), *Short Self-Regulation Questionnaire* yang dirancang oleh Neal dan Carey (Orosova *et al.*, 2018), dan *Impulsive Buying Tendency* yang dirancang oleh Verplanken dan Herabadi (Sarah, 2020). Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif dengan nilai kontribusi sebesar 46,6% atau *Self-Esteem* dan *Self-Regulation* memberikan pengaruh yang besar terhadap tingkat Pembelian Impulsif.

Kata kunci: *Self-Esteem, Self-Regulation, Pembelian Impulsif.*

ABSTRACT

Muhammad Aflaha Prawira Rachmaputra (1806026). *The Effect of Self-Esteem and Self-Regulation on the Impulsive Buying of online-based fashion products on Students in Bandung. Thesis. Psychology Study Program. Faculty of Education, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung (2022).*

This study aims to determine the influence of Self-Esteem and Self-Regulation on the Impulsive Buying of online-based fashion products on students in Bandung City. This research uses quantitative methods with correlational design. The sample of this study consisted of 450 respondents with characteristics of students aged 18-22 years who studied in the city of Bandung. The sampling technique uses accidental sampling. Researcher used the Rosenberg Self-Esteem Scale designed by Rosenberg (Mahardika, 2021), the Short Self-Regulation Questionnaire designed by Neal and Carey (Orosova et al., 2018), and Impulsive Buying Tendency designed by Verplanken and Herabadi (Sarah, 2020). The data analysis used was a multiple linear regression analysis with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). Based on the results of data analysis, it can be concluded that Self-Esteem and Self-Regulation have an effect on Impulsive Buying with a contribution value of 46.6% or Self-Esteem and Self-Regulation have a great influence on the level of Impulsive Buying.

Keywords: *Self-Esteem, Self-Regulation, Impulsive Buying.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Struktur Organisasi Proposal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Aspek-aspek <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
4. Karakteristik <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
5. Implikasi <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
B. Self-Regulation.....	Error! Bookmark not defined.

1.	Definisi <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	Aspek-aspek <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
3.	Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Self-Regulation</i> ...	Error! Bookmark not defined.
4.	Karakteristik <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
5.	Implikasi <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
C.	Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
1)	Definisi Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
2)	Aspek-aspek Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
3)	Faktor Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
4)	Karakteristik Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
5)	Implikasi Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
E.	Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Populasi, Sampel dan Responden Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.	Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
D.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
E.	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Instrumen <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	Instrumen <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.

3.	Instrumen Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
F.	Pengembangan Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G.	Analisis Item dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
H.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
I.	Prosedur Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
J.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A.	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Gambaran Demografis Partisipan	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
4.	Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
5.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
B.	Pembahasan Pengaruh <i>Self-Esteem</i> dan <i>Self-Regulation</i> Terhadap Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
1.	Gambaran <i>Self-Esteem</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	Gambaran <i>Self-Regulation</i>	Error! Bookmark not defined.
3.	Gambaran Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
4.	Pengaruh <i>Self-Esteem</i> dan <i>Self-Regulation</i> terhadap Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
C.	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
A.	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran	Error! Bookmark not defined.
1.	Saran Bagi Mahasiswa.....	Error! Bookmark not defined.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA**Error! Bookmark not defined.**
LAMPIRAN**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Self-Esteem**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 2 Penyekoran Instrumen Self-Esteem**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 3 Penyekoran Instrumen Self-Esteem**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 4 Kategorisasi Norma Instrumen Self-Esteem..... **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Self-Regulation**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 6 Penyekoran Instrumen Self-Regulation **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 7 Penyekoran Instrumen Self-Regulation **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 8 Kategorisasi Norma Instrumen Self-Regulation. **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 9 Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 10 Penyekoran Item Instrumen Pembelian Impulsif.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 11 Penyekoran Item Instrumen Pembelian Impulsif.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 12 Kategorisasi Norma Instrumen Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 13 Koefisien Reliabilitas Guilford**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 14 Uji Normalitas dengan SPSS versi 26 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan SPSS versi 28 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 1 Gambaran Demografis Partisipan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 2 Gambaran Umum Self-Esteem **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 3 Gambaran Demografis Self-Esteem **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 4 Gambaran Umum Self-Regulation **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 5 Gambaran Demografis Self-Regulation **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 6 Gambaran Umum Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 7 Gambaran Demografis Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 8 Signifikansi Pengaruh Self-Esteem Terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Koefisien Regresi Self-Esteem Terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Signifikansi Pengaruh Self-Regulation Terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Koefisien Regresi Self-Regulation Terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Uji Signifikansi Self-Esteem dan Self-Regulation terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Uji Regresi Berganda Self-Esteem dan Self-Regulation terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Koefisien Regresi Berganda Variabel Self-Esteem dan Self-Regulation terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia & Soerjoatmodjo, G. W. L. (2017). Perilaku Belanja Impulsif dan Harga diri. Artikel Penelitian.
- Adiyatma, R. (2020). *Kontribusi Self Control dan Self Esteem terhadap Kecanduan Smartphone dan Implikasinya dalam Pelayanan Bimbingan dan Konseling* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). ANALISIS PERBEDAAN PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI GENDER KONSUMEN PADA PUNCAK TOSERBA BENGKULU. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.439>
- Anin, A., BS, R., & Atamimi, N. (2008). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Universitas Gajah Mada*, 35(2), 181–193.
- Aprianur, R. (2020). Hubungan Keterlibatan Fashion Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i2.4895>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1).
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulse Buying Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi. *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(2), 43–60.
- Arpita Khare Ankita Mishra Ceeba Parveen, (2012), "Influence of collective self esteem on fashion clothing involvement among Indian women", *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, Vol. 16 Iss 1 pp. 42 - 63 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/13612021211203023>
- Asnita, L. (2015). *Hubungan tingkat stres dengan harga diri remaja di lembaga pemasyarakatan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Auerbach, R. P., & Gardiner, C. K. (2012). Moving beyond the trait conceptualization of self-esteem: The prospective effect of impulsiveness, coping, and risky behavior engagement. *Behaviour Research and Therapy*, 50(10), 596–603. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2012.06.002>
- Aulia, W. F. (2020). Self Esteem Terhadap Subjective Well Being Pada Buruh Sopir Pengangkut Peti Kemas. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 14(2), 103–114. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v14i2.1226>

- Aza, I. N., Atmoko, A., & Hitipeuw, I. (2019). Kontribusi Dukungan Sosial, Self-Esteem, dan Resiliensi terhadap Stres Akademik Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 4(4), 491. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v4i4.12285>
- Baccus, J. R., Baldwin, M. W., & Packer, D. J. (2004). Increasing Implicit Self-Esteem Through Classical Conditioning. *Psychological Science*, 15(7), 498–502. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00708.x>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. 2022. Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur (Jiwa) 2013-2021. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html> (diakses 22 Juni 2022)
- Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial dan Motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif. *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1323–1337.
- Bandyopadhyay, N. (2017). Exploring the link between impulsive buying tendency, self-esteem and normative influence: a structural equation model. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 15(1), 23. <https://doi.org/10.1504/ijicbm.2017.10006291>
- Bani-Rshaid, A. M., & Alghraibeh, A. M. (2017). Relationship between compulsive buying and depressive symptoms among males and females. *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*, 14, 47–50. <https://doi.org/10.1016/j.jocrd.2017.05.004>
- Baron, R. A., & Bryne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Basquin, A., & Lejoyeux, M. (2012). Therapy cognitive-compartmental detaches compulsives. *Annales Medico Psychologiques*, 170(10), 744–747.
- Baumeister, R.F. & Vohs, K.D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1, 10, 1-14.
- Berdibayeva, S., et.al. (2015). Psychological features of gender relations in self-regulation of personality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 171, 203-208.
- Brown, J. D., Dutton, K. A., & Cook, K. E. (2001). From the top down: Self-esteem and self-evaluation. *Cognition and Emotion*, 15(5), 615–631. <https://doi.org/10.1080/02699930126063>
- Brown, J. D., & Mankowski, T. A. (1993). Self-Esteem, Mood, and Self-Evaluation: Changes in Mood and the Way You See You. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 421–430. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.3.421>

- Carranza Esteban, R. F., Mamani-Benito, O., Morales-García, W. C., Caycho-Rodríguez, T., & Ruiz Mamani, P. G. (2022). Academic self-efficacy, self-esteem, satisfaction with studies, and virtual media use as depression and emotional exhaustion predictors among college students during COVID-19. *Heliyon*, 8(11), e11085. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11085>
- Carey, K. B., Neal, D. J., & Collins, S. E. (2004). A psychometric analysis of the self-regulation questionnaire. *Addictive Behaviors*, 29(2), 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2003.08.001>
- Catriana, Elsa. 2020. Aktivitas Belanja Online Meningkatkan Drastis, Ini Sebabnya. <https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online-meningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all> (diakses 22 Februari 2021)
- Čerešník, M. (2013). Self-regulation of Adolescents. Gender Specifications. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 106(December), 2365–2374. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.271>
- Claes, L., Bijttebier, P., Eynde, F. Van Den, Mitchell, J. E., Faber, R., Zwaan, M. de, & Mueller, A. (2010). Emotional reactivity and self-regulation in relation to compulsive buying. *Personality and Individual Differences*, 49(5), 526–530. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.05.020>
- Coopersmith. (1967). *The Antecedants of Self-Esteem*. San Francisco: Freeman and Company.
- Crocker, Jennifer & Park, Lora. (2003). Seeking self-esteem: Construction, maintenance, and protection of self-worth. New York : Guilford Press
- David L. Louden and Albert J. Della Bitta. 1993. Consumer Behavior: Concept and Applications. The United State of America: By McGraw Hill Inc
- Deci, E. L., Ryan, R. M. (1996). Need Satisfaction and the Self-Regulation of Learning. *Learning and Individual Differences*, vol. 8, no. 3, p. 165–184.
- Dell'Osso, B., Allen, A., Altamura, A. C., Buoli, M., & Hollander, E. (2008). Impulsive–compulsive buying disorder: Clinical overview. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 42(4), 259-266.
- Desiningrum, D. R. (2012). Hubungan self-esteem dengan penyesuaian diri terhadap masa pensiun pada pensiunan Perwira Menengah TNI AD. *Psikologia-Online*, 7(1), 14-20.
- Devi, Y. R., & Fourianalistyawati, E. (2018). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Penyesuaian Diri Sebagai Peran Ibu Rumah Tangga Pada Ibu Berhenti Bekerja Di Jakarta. *Psibernetika*, 11(1), 9–20. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v11i1.1154>

- Dewi, L., & Nasywa, N. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi subjective well-being. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 54.
<https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15129>
- Dihni, Vika Azkiya. 2022. Ini Deretan Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Saat Belanja Online. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online> (diakses 19 Juni 2022)
- Du, H., King, R. B., & Chi, P. (2017). Self-esteem and subjective well-being revisited: The roles of personal, relational, and collective self-esteem. *PLoS ONE*, 12(8), 1–17.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183958>
- Ekawanti, S., & Mulyana, O. P. (2016). Regulasi Diri dengan Burnout pada Guru Sysditya Ekawanti, Olievia Prabandini Mulyana Program Studi Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 2016, Vol.(2), 113–118.
- Faizah, A. N., & Panduwinata, L. F. (2022). Pengaruh Efikasi Diri dan Regulasi Diri terhadap Stress Akademik Mahasiswa selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 41. <https://doi.org/10.24036/011166930>
- Fenton-O’Creevy, M., Dibb, S., & Furnham, A. (2018). Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: Can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation? *Psychology and Marketing*, 35(3), 175–188.
<https://doi.org/10.1002/mar.21078>
- Firdaus, D., & Yusuf, U. (2018). Hubungan antara Self Esteem dengan Impulsive Buying (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi yang Berbelanja Melalui Instagram). *Prosiding Psikologi*, 38–44.
- Frost, J., & McKelvie, S. (2005). The relationship of self-esteem and body satisfaction to exercise activity for male and female elementary school, high school, and university students. *Athletic Insight: The Online Journal of Sport Psychology*, 7(4), 36–49.
- Gantiny, P. T. (2018). Gambaran Self-Estem Siswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial Di Sekolah Menengah Pertama. *Fokus*, 1(4), 1–8.
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. (2003). Educational research: An introduction (7th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Gawi, R. M., & Rinaldi. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada produk fashion. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(2).
- Guilford, J.P. 1956. Fundamental Statistic in Psychology and Education. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Gulfraz, M. B., Sufyan, M., Mustak, M., Salminen, J., & Srivastava, D. K. (2022). Understanding the impact of online customers’ shopping experience on online impulsive buying: A study on two leading E-commerce platforms. *Journal of*

Retailing and Consumer Services, 68(April).
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103000>

- Gwyther, H., & Holland, C. (2012). The effect of age, gender and attitudes on self-regulation in driving. *Accident Analysis & Prevention*, 45, 19-28.
- Herabadi, A. G. (2003). Buying impulses: A study on impulsive consumption. Unpublished dissertation. University of Nijmegen, The Netherlands.
- Hidayati, N. L. (2014). Hubungan Dukungan Sosial dengan Resiliensi Pada Remaja di Panti Asuhan Keluarga Yatim Muhammadiyah Surakarta. *Psikologi*, 1–17.
- Idrus, M. (2009). Metode penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.
- Ihsan, Helli. (2020). Pengantar Metode Skala Psikologi. Bandung: Gapura Press.
- INDRIYANA, N. (2018). *HUBUNGAN ANTARA SELF-ESTEEM DENGAN KECANDUAN GAME ONLINE PADA SISWA SMK X DI KABUPATEN TANGERANG* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Irdiana, S., Darmawan, K., & Ariyono, K. Y. (2021). Impulse buying di masa pandemi covid 19. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1297–1310(January 2021), 1297–1310.
- Izmy, F. F., Mardani, R. M., & Nurhidayah. (2022). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Juniartha, I. G. N., Ruspawan, I. D. M., & Sipahutar, I. E. (2015). Hubungan Antara Harga Diri (Self-Esteem) Dengan Tingkat Stres Narapidana Wanita Di Lapas Klas Iia Denpasar. *Community of publishing in nursing*, 3, 14.
- Kanfer FH (1970). Self-regulation: Research, issues, and speculation. In: Neuringer C, Michael JL, editors. *Behavior Modification in Clinical Psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts; pp. 178–220.
- Karimah, A. (2015). *Hubungan antara penyesuaian diri dan harga diri dengan subjective well-being*.
- Katadata Insight Center. 2022. Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2022
<https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce-2022> (diakses 19 Juni 2022)
- Koesno, Dewi Adhitya. 2020. Jumlah Pelanggan E-Commerce Tercatat Meningkat 38,3% Selama Pandemi. <https://tirto.id/jumlah-pelanggan-e-commerce-tercatat-meningkat-383-selama-pandemi-f1eP> (diakses 21 Februari 2021)
- Kim, J. (2003). College Student's Apparel Impulse Buying Behaviors in Relation to Visual Merchandising. Athens: Georgia
- Kusnanto, D., Achmadtyar, A., Haq, F., & Fahmi, I. S. (2020). Pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi grab (grabfood) *Influence of the discount on impulse buying on the grab (grabfood) application*. 12(1), 1–9.

- Lawrence A. Pervin, Oliver P. John. (2001). *Personality: Theory and Research*. University of California.
- Lazuras, L., Rowe, R., Ypsilanti, A., Smythe, I., Poulter, D., & Reidy, J. (2022). Driving self-regulation and risky driving outcomes. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 91(October), 461–471.
<https://doi.org/10.1016/j.trf.2022.10.027>
- Lesmana, T. (2017). *HUBUNGAN ANTARA MINDFULNESS DAN PEMBELIAN fase keduanya , yakni akses melalui Motif adalah suatu konstruk ini menjadi sesuatu yang terjadi secara perilaku yang dilakukan oleh Williams dan penelitian tersebut juga ditemukan bahwa pembelian kompulsif dapat*. 10(2), 81–91.
- Lesmana, T., & Febryan, F. (2022). Self-Regulation as a Response to Stress in Students during a Pandemic. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 11(2), 219-229.
- Lete, G. R., Kusuma, F. H. D., & Rosdiana, Y. (2019). Hubungan antara harga diri dengan resiliensi remaja di panti asuhan bakti luhur malang. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 4(1).
- Liu, H., Zhang, X., Chang, R., & Wang, W. (2017). A research regarding the relationship among intensive care nurses' self-esteem, job satisfaction and subjective well-being. *International Journal of Nursing Sciences*, 4(3), 291–295.
<https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2017.06.008>
- Madden, Gregory J.; Johnson, Patrick S. (2010). "A Delay-Discounting Primer". In Madden, Gregory Jude; Bickel, Warren K. (eds.). *Impulsivity: The Behavioral and Neurological Science of Discounting*. Washington, DC: American Psychological Association. pp. 11–37. [ISBN 978-1-4338-0477-9](https://doi.org/10.1037/1089-2699.10.1.11).
- Magee, W., & Upenieks, L. (2019). Gender differences in self-esteem, unvarnished self-evaluation, future orientation, self-enhancement and self-derogation in a U.S. national sample. *Personality and Individual Differences*, 149(May), 66–77.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.05.016>
- Mahardika, Puteri Gilang, 2021. “Hubungan Identitas Sosial dengan Harga Diri pada Mahasiswa yang Mengikuti UKM Olahraga”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Mahindra, R. A. N. G. G. A. (2018). Analisis Perbedaan Gender Terhadap Pembelian Impulsif. *Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*.
- Mamuaya, N. C. I. (2018). The effect of sales promotion and store atmosphere on hedonic shopping motivation and impulsive buying behavior in hypermart manado city.
- Maraz, A., van den Brink, W., & Demetrovics, Z. (2015). Prevalence and construct validity of compulsive buying disorder in shopping mall visitors. *Psychiatry Research*, 228(3), 918–924. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2015.04.012>

- Maraz, A., Urbán, R., & Demetrovics, Z. (2016). Borderline personality disorder and compulsive buying: A multivariate etiological model. *Addictive Behaviors*, 60, 117–123. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.04.003>
- Ma'ruf, Hendri, (2006) Pemasaran Ritel, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- McClelland, M. M. M. C., Geldhof, G. J., Cameron, C. E., & Wanless, S. B. (2015). *Development and Self-Regulation*.
- Michael, Wood. Socio-economic status, delay of gratification, and impulse buying, *Journal of Economic Psychology*, Volume 19, Issue 3, 1998, [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00009-9](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00009-9).
- Miller, W. R., & Brown, J. M. (1991). Self-regulation as a conceptual basis for the prevention and treatment of addictive behaviours. In N. Heather, W. R. Miller & J. Greeley (Eds.), *Self-control and the addictive behaviours* (pp. 3-79). Sydney: Maxwell Macmillan Publishing Australia.
- Mruk, Christopher J. 2006. *Self-esteem Research, Theory, and Practice Toward a Positive Psychology of Self-esteem 3rd Edition*. Springer Company.
- Mubarok, F. H. (2021). Hubungan antara Intensi Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game Pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.21831/ap.v3i1.40025>
- Mundung, C. Y., Tiwa, M. T., & Kapahang, L. G. (2021). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikopedia*, 35(2), 181–193.
- Murray, Desiree W. Katie Rosanbalm, Christina Christopoulos, Amar Hamoudi. (2015). *Toxic Stress Report 1 : Foundations for Understanding Self-Regulation from an Applied Perspective*.
- Nasution, F. D. (2018). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Penyesalan Pasca Pembelian pada Mahasiswa Pengguna Toko Daring.
- Neal, D. J., & Carey, K. B. (2005). A follow-up psychometric analysis of the self-regulation questionnaire. *Psychology of Addictive Behaviors*, 19(4), 414–422. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.19.4.414>
- Newa, I. (2019). *Hubungan Antara Self Esteem Dengan Resiliensi Pada Single Mother* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Nováková, R. K., & Vávrová, S. (2015). Self-regulation of Behaviour in the Context of Peer Pressure and Risk Behaviour. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 171, 158–165. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.102>
- Ogston, S. A., Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1991). Adequacy of Sample Size in Health Studies. *Biometrics*, 47(1), 347. <https://doi.org/10.2307/2532527>

- Olsen, S. O., Khoi, N. H., & Tuu, H. H. (2022). The “Well-Being” and “Ill-Being” of Online Impulsive and Compulsive Buying on Life Satisfaction: The Role of Self-Esteem and Harmony in Life. *Journal of Macromarketing*, 42(1), 128-145.
- Omar, N. A., Rahim, R. A., Wel, C. A. C., & Alam, S. S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10(1), 52–74.
<https://doi.org/10.3926/ic.446>
- Ozdemir, E., & Akcay, G. (2019). The effect of gender identity on consumers' impulse buying behavior and the moderating role of biological sex. *Business and Economics Research Journal*, 10(5), 1109-1125.
- Pacheco, D. C., Caldeira, S. N., de Serpa Arruda, A. I. D., & Silva, O. D. L. (2021, June). Impulse Buying: Psychological, Social and Technological Factors. In *2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-5). IEEE.
- Pahlevi, R., Sugiharto, D. Y. P., & Jafar, M. (2017). Prediksi Self-Esteem, Social Support dan Religiusitas terhadap Resiliensi. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 6(1), 90–93.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jubk>
- Panggabean, D. T. A. (2019). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Penyesalan Konsumen Pasca Pembelian yang Dilakukan Secara Online.
- Parsad, C., Prashar, S., Vijay, T. S., & Kumar, M. (2021). Do promotion and prevention focus influence impulse buying: The role of mood regulation, shopping values, and impulse buying tendency. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(April), 102554. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102554>
- Permatasari, R. A., & Savira, S. I. (2018). Hubungan antara self-esteem dengan penyesuaian diri pada mahasiswa psikologi angkatan 2017 Universitas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi.*, 5(2).
- Pink, Bidara. 2020. YLKI catat selama pandemi aktivitas belanja online meningkat hingga 30%. <https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30> (diakses 19 Februari 2021)
- Pradipto, Y. D., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2016). Think Again Before You Buy: The Relationship between Self-regulation and Impulsive Buying Behaviors among Jakarta Young Adults. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 177–185.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.209>
- Putra, N. I. (2018). *Pengaruh diskon dan pemberian hadiah terhadap pembelian impulsif pada fashion retail (survei online pada konsumen Matahari Department Store di Malang Town Square)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Rahyuni, O. (2021). *PENGARUH CELEBRITY WORSHIP, SELF ESTEEM DAN KECANDUAN INTERNET TERHADAP COMPULSIVE BUYING (Studi Pada*

Pembelian Merchandise Idola K-Pop Fans BTS Di Kebumen (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

- Reasoner, Robert. (2010). The True Meaning of Self-Esteem. Retrieved in 2010 from <http://www.self-esteem-nase.org/what.php>
- Restuti, R. (2016). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Kecanduan Media Sosial RATRI RESTUTI*. 2015–2016. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/96631
- Rizki, F., Regulasi, P., Terhadap, D., Psikologi, F., Airlangga, U., & Pustaka, D. (2017). *Skripsi Fakhriyjal Rizki 111111175.pdf*. 52, 2016–2017.
- Rhodewalt, F., & Tragakis, M. (2003). Self-Esteem and Self-Regulation: Toward Optimal Studies of Self-Esteem. *Psychological Inquiry*, 14(1), 66-70. Diakses 28 Juni 2021 dari <http://www.jstor.org/stable/1449045>
- Robins, R. W., Tracy, J. L., Trzesniewski, K., Potter, J., & Gosling, S. D. (2001). Personality correlates of self-esteem. *Journal of Research in Personality*, 35(4), 463–482. <https://doi.org/10.1006/jrpe.2001.2324>
- Rogier, G., & Velotti, P. (2017). Impulsivity and self-esteem in pathological gambling: What is the link? *European Psychiatry*, 41(S1), S394–S394. <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2017.02.450>
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305–313
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenberg, A. M. (n.d.). *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE)*. October 2006, 61–62.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Books.
- Rosenberg M (1985), Self-concept and psychological well-being in adolescence. In: *The Development of the Self*, Leahy R, ed. New York: Academic Press, pp 205-246
- Roy F. Baumeister & Todd F. Heatherton (1996) Self-Regulation Failure: An Overview, *Psychological Inquiry*, 7:1, 1-15, DOI: 10.1207/s15327965pli0701_1
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76–89. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3568>
- Sandha, T., Hartati, S., & Fauziah, N. (2018). Hubungan antara self esteem dengan penyesuaian diri pada siswa tahun pertama SMA Krista Mitra Semarang. *Jurnal Empati*, 1(1), 47-82.

- Santia, Tira. 2020. Riset : Penjualan E-Commerce Selama Pandemi Didominasi Produk Fesyen. [Riset: Penjualan E-Commerce Selama Pandemi Didominasi Produk Fesyen - Bisnis Liputan6.com](#) (diakses 14 Januari 2022)
- Santrock. (2011). *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup*. Edisi 13. Jilid I. Alih Bahasa: Benedictine, W. Jakarta: Erlangga.
- Sarah, Yunita. 2020. “Hubungan Antara Harga Diri Dan Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44-57.
- Šebeňa, R., Orosová, O., Helmer, S., Petkeviciene, J., Salonna, F., Lukacs, A., & Mikolajczyk, R. (2018). Psychometric evaluation of the short self-regulation questionnaire across three European countries. *Studia Psychologica*, 60(1), 5-15.
- Shalev, I., & Sulkowski, M. L. (2009). Relations between distinct aspects of self-regulation to symptoms of impulsivity and compulsivity. *Personality and Individual Differences*, 47(2), 84–88. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.02.002>
- Sholichah, I. F., Paulana, A. N., & Putri, F. (2018). Self-esteem dan resiliensi akademik mahasiswa. *Proceeding National Conference Psikologi UMG, 2002*, 191–197.
- Sorjonen, K., Nilsonne, G., Ingre, M., & Melin, B. (2022). Questioning the vulnerability model: Prospective associations between low self-esteem and subsequent depression ratings may be spurious. *Journal of Affective Disorders*, 315(April), 259–266. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2022.08.003>
- [Siregar, Nada & Kartika Rini, Quroyzhin. \(2019\). REGULASI DIRI DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP PRODUK FASHION PADA REMAJA PEREMPUAN YANG BERBELANJA ONLINE. Jurnal Psikologi. 12. 213-224. 10.35760/psi.2019.v12i2.2445.](#)
- Smestha, B. R. (2015). Pengaruh Self-Esteem dan Dukungan Sosial terhadap Resiliensi Mantan Pecandu Narkoba. *Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*. repository.uinjkt.ac.id
- Soerjoatmodjo, G. W. L., & Adelia, D. (2019). Perilaku Belanja Impulsif dan Self Esteem Perilaku Belanja Impulsif dan Self Esteem. Article, (January),1–6.
- Spiteri Cornish, L. (2020). Why did I buy this? Consumers' post-impulse-consumption experience and its impact on the propensity for future impulse buying behaviour. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(1), 36-46.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*, PT Penerbit IPB Press, Bogor, 2011

- Sveningson, E. (2012). The Relation between Peer Social Status and Self-esteem in Middle Childhood. Thesis. Lunds Universitet: Institutionen for Psykologi.
- Szinay, D., Tombor, I., Garnett, C., Boyt, N., & West, R. (2019). Associations between self-esteem and smoking and excessive alcohol consumption in the UK: A cross-sectional study using the BBC UK Lab database. *Addictive Behaviors Reports*, 10(July), 100229. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2019.100229>
- Tavakolizadeh, J., Yadollahi, H., & Poorshafei, H. (2012). The Role of Self Regulated Learning Strategies in Psychological well being Condition of Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69(December 2012), 807–815. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.002>
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (1991). Decomposing Global Self-Esteem. *Wells & Marwell Journal of Personality*, 704(August 2002), 4. <http://www.psych.utoronto.ca/users/tafarodi/Papers/JOP02.pdf>
- Tetering, M. V., Laan, A. V. D., Kogel, C. D., Groot, R. D., & Jolles, J. (2020). Sex differences in self-regulation in early, middle and late adolescence: A large-scale cross-sectional study. *PLoS One*, 15(1), e0227607.
- Tifferet, S., & Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of product & brand management*.
- Tinarbuko, S. (2006). Pola hidup konsumtif masyarakat Yogya. *Jakarta: Kompas*.
- Ulum, M. I. (2016). Strategi Self-Regulated Learning untuk Menurunkan Tingkat Prokrastinasi Akademik Siswa. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2), 153–170. <https://doi.org/10.15575/psy.v3i2.1107>
- Utami, B. S., & Budiman, A. (2015). Hubungan antara self-esteem dengan subjective well being pada wanita Bandung. *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Sosial Dan Humaniora)*, 382–388.
- VandenBos, G. R. (2007). *APA dictionary of psychology*. Washington, DC: APA. p. 470. [ISBN 9781591473800](https://doi.org/10.1037/1089-2699.15.4.470).
- Van Deursen, A. J., Bolle, C. L., Hegner, S. M., & Kommers, P. A. (2015). Modeling habitual and addictive smartphone behavior: The role of smartphone usage types, emotional intelligence, social stress, self-regulation, age, and gender. *Computers in human behavior*, 45, 411-420.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Vilanty, R., & Sumaryanti, I. U. (2019). Hubungan Self Esteem dengan Perilaku Compulsive Buying pada Mahasiswa Universitas X di Kota Bandung yang Berbelanja Secara Online (The Correlation Of Self Esteem With Compulsive Buying Behavior In X

- University Students In Bandung Who Shop Online) belanja. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 311–317.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537–547. <https://doi.org/10.1086/510228>
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (Eds.). (2016). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. Guilford Publications.
- Wahidah, N. (2013). Pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 3(2), Artikel Penelitian.
- Wahyudi, H. (2020). Hubungan Self Esteem dengan Impulsive Buying pada Mahasiswi Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, 1982, 119–123.
- Winarso, W. (2014). Mengatasi Stres Akademik Dalam Pembelajaran Matematika Melalui Penguatan Self Esteem Peserta Didik. *Al Ibtida: Jurnal Pendidikan Guru MI*, 1(1). <https://doi.org/10.24235/al.ibtida.snj.v1i1.343>
- Wenjuan Gao, Yunfeng Luo, Xiaojie Cao, Xinqiao Liu (2022). Gender differences in the relationship between self-esteem and depression among college students: A cross-lagged study from China, <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2022.104202>.
- Wibowo, G. R., & Sari, D. (2021). The Effect of Price Discounts on Impulsive Online Purchases by Shopee Application Users. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1252–1271.
- Williams, A. D., & Grisham, J. R. (2011). *Impulsivity, Emotion Regulation, and Mindful Attentional Focus in Compulsive Buying*. <https://doi.org/10.1007/s10608-011-9384-9>
- WILLIS, S. S. (2014). Remaja dan masalahnya: Mengupas berbagai bentuk kenakalan remaja seperti narkoba, free sex dan pemecahannya. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, D. (2018). Hubungan antara regulasi diri dalam belajar dan stres akademik pada mahasiswa kedokteran.
- Yanti, U. R. D., & Hermaleni, T. (2020). Review Literatur: Kontribusi Self Esteem terhadap Subjective Well-Being pada Remaja Etnis Minang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2723-2730.
- Yulianti, Hani Nur. (2021). Pengaruh Social Media Influencer terhadap Pembelian Impulsif Pada Instagram.
- Yurchisin, J., & Johnson, K. K. P. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel-

product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3), 291–314. <https://doi.org/10.1177/1077727X03261178>

Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 63–70. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1716>

Zimmerman, B. J. (2000). *Attaining self-regulation: A social cognitive perspective*. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich, & M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (p. 13–39). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012109890-2/50031-7>