

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ria. (2012). *Wanita Kesenian Rentan menjadi Pecandu Belanja*. Diunduh pada 10 November 2014 <http://www.klikunic.com/2012/05/awas-wanita-kesepian-rentan-menjadi.html#ixzz1zX9MpWES>
- Albarry. (1994). *Kamus Modern Bahasa Indonesia*. Yogyakarta : penerbit Arloka.
- Anin, Anastasia., Rasimin BS & Nuryati Atamini. (2012). Hubungan *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* terhadap Produk *Fashion* pada Remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian - Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT RINEKA CIPTA
- Astuti. (2005). Perbedaan Eektivitas Pemberian Diskon Harga dan Pemberian *Merchandise* Unik dalam Memunculkan Perilaku Pembelian Impulsif pada Remaja. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Azwar, Saifuddin. (2004). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.
- _____ (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya, Edisi 2*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____ (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____ (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R.A & Byrne. (1991). *Sosial Psychology : Understanding Human Interaction. 6th* . USA: Allyn & Bacon.
- Baron, Robert A. & Donn Byrne . (2000). *Social Psychology (9th edition)*. USA: Allyn & Bacon.
- Bayley, G. and Nancarrow, C. (1998). Impulsive purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon, *Qualitative Market Research: An International Journal* Volume 1 Number 2, pp. 99-114.
- Brehm, S. (2002). *Intimate relationship*. New York: McGraw Hill Inc.

- Burns, D.D. (1988). Mengapa Kesepian, Program Baru Yang Telh Diuji Secara Klinis Untuk Mengatasi Kesepian. Alih Bahasa:Anton Soetomo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press Malang.
- Deaux, Dane & Wrigthsman, (1993). *Social Psychology in the '90s*. California Publishen Thomson Brooks/Cole.
- De Jong Gierveld, Jenny., *et al.*, (2006). Loneliness and Social Isolation. *Journal*. Cambridge University Press, p.485-500.
- Engel, James F, et.al. (1995). *Consumen Behavior*. Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Eriany, Praharaesti. (1997). *Manusia Kesepian Sebagai Salah Sat Dampak Psikologi dari Kehidupan Modern*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2000. Metodologi Research. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal. (2006). *Analisis Data penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hetharie, J.A. (2012). Peran Emosi Positif sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial teradap Impulse Buying Tendency pada Matahari Department Store Kota Ambon. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 4(10).
- Hurlock. E B. (1974). *Personality Development*. New Delhi : Tata McGraw-Hill.
- Ibrahim, Idi Subandy. (1996). *Fashion sebagai Komunikasi – Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Iimalana. (2012). Analisis Motivasi Konsumen *Online* dalam Melakukan *Impulsive Buying* pada Transaksi *C2C Commerce*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia, Depok.
- Indrawati, dkk. (2010). Penyesuaian Sosial dan Tingkat Kesepian Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi UNDIP. *Skripsi*. Fakultas Pskologi Universitas Diponegoro, Semarang.

- Kaban, Jabat. (2014). *Potensi bisnis toko online di Indonesia*. Di unduh pada tanggal 27 Desember 2014, 10.45 WIB. [Http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-toko-online-di-indonesia.html](http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-toko-online-di-indonesia.html)
- Kharis, I. F. (2011). Studi Mengenai *Impulsive Buying* dalam Penjualan *Online* (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Koski, Nina. (2004). *Impulsive Buying on the Internet: Encouraging and discouraging factors*, *Frontiers of E-Business Research*, hal. 23-35
- Kustrini, R., (1997). Sikap Remaja Putra dan Putri terhadap Pakaian dengan Peranan Kelompok Tidak Resmi. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Kumar, R. (1999). *Research Methodology: A step-by-step Guide for Beginners*. London: Sage Publications.
- Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personnel Psychology*, (28), 563 – 575.
- Masyhuri dan Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mitra, Wyndo. Majalah Marketing Edisi 08/XIV/Agustus/2014, WSJ, Event Veritrans: Rise of E-Commerce. Di unduh pada tanggal 27 Desember 2014, 10.45 WIB
- Mowen, J.C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Negara, D. J. & Dharmmesta, B. S. (2003). Normative Moderators of Impulsive Buying Behavior, *Gadjah Mada International Journal of Business*, 5 (1), 1- 14.
- Papalia, et. al. (2008). *Human Development (Psikologi Perkembangan)*. Jakarta: Kencana
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1981). Toward a social psychology of loneliness. *Personal relationships*, 3, 31-56.
- Peplau, L. A., dan Perlman, D. (1982). *Loneliness: A Sourcebook of current Theory Research and Therapy*. New York: John Wiley dan Sons.

- Prasetyo, Bambang & Lina, M.J. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif – Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Razak, Darmianti. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan *Impulsive Buying* terhadap Produk Oriflame PT Orindo Alam Ayu di Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin, Makassar.
- Russel, Sharon S. dkk. (1992). “International Migration and International Trade”, dalam World Bank Discussion Paper.
- Saktiyanto, dkk. (2014). A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying. *Paper*. Institut Pertanian Bogor.
- Savitrie, Dian. (2008). Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sears, Freedman & L.Anne Peplau. (1992). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Sears, D.O., dkk. (1999). Psikologi Sosial. (Terjemahan Michael Adryanto dan Savitri Soekrisno). Jakarta: Erlangga.
- Semuel, Hatane. (2007). Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia, dan Gender terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), hal: 31-42.
- Shultz, D. K. S., & Whitney, D. J. (2004). *Measurement Theory in Action: Case Studies and Exercises*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Sihotang, Artledia. (2009). Hubungan Antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif pada Remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. (2009). *Consumer Behavior in Fashion*, 2nd Edition. USA: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian – Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Susetyo, Budi. (2010). *Statistika untuk Analisis Data Penelitian – Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS dan MS Office Excel*. Bandung: PT Refika Aditama
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2000). *Social psychology* 10th. New Jersey: Prentice-Hall.
- Utami, Fika Ariani dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 3(1), hal: 46-57.
- Utami, Christina W. (2012). *Manajemen Ritel-Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Verplanken, B & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulsive Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 15, Special Issue on Personality and Economic Behavior, S71-S83.
- Verplanken, Herabadi & Knippenberg. (2009). Consumption Experience of Impulsive Buying in Indonesia: Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12, 20-31.
- Wahidah, F.N & Trida Chynthia. (2011). Hubungan Antara Kesepian (*Loneliness*) dengan Perilaku Parasosial pada Wanita Dewasa Muda. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, Depok.