

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTICISM DAN
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU
IMPULSIVE BUYING PRODUK *FASHION* PAKAIAN PADA REMAJA
SMA MUHAMMADIYAH 2 SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

**ERIKA PUSPITA SULISTYO
NIM : 20151770084**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA
2019**

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTICISM DAN
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU
IMPULSIVE BUYING PRODUK *FASHION* PAKAIAN PADA REMAJA
SMA MUHAMMADIYAH 2 SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana Psikologi



Oleh :

ERIKA PUSPITA SULISTYO

NIM : 2015 1770 084

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

SURABAYA

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Erika Puspita Sulistyo

NIM : 2015 1770 084

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi :

“HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTICISM DAN
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE*
BUYING PRODUK *FASHION* PAKAIAN PADA REMAJA SMA
MUHAMMADIYAH 2 SURABAYA”

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri dan bukan jiplakan
dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 22 Agustus 2019

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
403E0AFF940600746
5000
LIMA RIBURUPIAH
Mahasiswa

Erika Puspita Sulistyo

HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTICISM DAN KONFORMITAS
TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
FASHION PAKAIAN PADA REMAJA SMA MUHAMMADIYAH 2 SURABAYA
SKRIPSI

Diajukan oleh :

ERIKA PUSPITA SULISTYO

NIM. 2015 1770 084

Disetujui untuk diuji :

Surabaya, 26 Agustus 2019

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



Dra. Wiwik J. Prihastiwi, M. Si

Fety Khosianah, S. Psi, M. Psi, Psikolog

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2019

HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTICISM DAN KONFORMITAS
TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
FASHION PAKAIAN PADA REMAJA SMA MUHAMMADIYAH 2 SURABAYA
SKRIPSI

Diajukan Oleh :

ERIKA PUSPITA SULISTYO

NIM. 2015 1770 084

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas
Muhammadiyah Surabaya dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi.

Pada Tanggal 26 Agustus 2019

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surabaya



Dra. Wiwik Juwarini Prihastiyi, M.Si

Dewan Penguji :

Ketua : Dewi Ilma Antawati, S.Psi, M.Psi, Psi (.....)

Anggota : Dra. Wiwik Juwarini Prihastiyi, M.Si (.....)

Anggota : Fety Khosianah, S. Psi, M. Psi, Psi (.....)

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat, hidayat beserta karunianya dan salam selalu tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW tanpa terputus khususnya kepada penulis, terlebih selama proses penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Kepribadian *Neuroticism* dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk Fashion Pakaian Pada Remaja SMA Muhammadiyah 2 Surabaya”.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Antara Kepribadian *Neuroticism* dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk Fashion Pakaian Pada Remaja SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Skripsi ini diajukan dan disusun dalam rangka memenuhi ujian akhir S1 Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Demikian pengantar sederhana dari peneliti semoga berkesan dihati pembaca dan tentu saja dapat memberi manfaat bagi semuanya.

Surabaya, 22 Agustus 2019

Peneliti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan berupa nikmat iman dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Kepribadian Neuroticism Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk *Fashion* Pakaian Pada Remaja SMA Muhammadiyah 2 Surabaya”

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan dan dukungan dari semua pihak yang selama ini dengan tulus dan ikhlas membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan hati yang tulus pula penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia serta pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. dr. Sukodiono, M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Dra. Wiwik Juwarini Prihastiwi, M.Si sebagai Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah sekaligus sebagai Dosen Pembimbing utama skripsi, penulis ucapkan terima kasih dari lubuk hati terdalam telah senantiasa menuntun, mendorong, membimbing, mengajari serta meluangkan begitu banyak waktu, tenaga, pemikiran, masukan, usaha dan bantuan besar kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Fety Khosianah, S. Psi, M. Psi, Psikolog sebagai Wakil Dekan dua sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Pendamping, terima kasih untuk ilmu

yang telah diberikan selama ini dengan penuh kesabaran dan telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi pastinya dengan sikap yang sabar, telaten, dan *friendly*

5. Ibu Dewi Ilma Antawati, S.Psi, M.Psi, Psikolog sebagai Wakil Dekan I, dan Ketua Penguji Skripsi sekaligus juga sebagai Dosen Pembimbing Akademik, penulis ucapkan terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama ini dengan penyampaian yang sangat lembut, sabar, dan mau menerima konsultasi dikala deadline telah mepet. Terima kasih tidak lupa penulis ucapkan pada ibu selaku Pembimbing BEM yang telah memberikan solusi pemecahan masalah ketika BEM menemukan suatu masalah dengan sabar dan penuh perhatian.
6. Ibu Dra. Siti Attiyatul Fahirah, M.Si, sebagai Dosen pengajar mata kuliah sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan masukan dan memotivasi saya untuk dapat menjadi mahasiswa yang aktif dan produktif.
7. Ibu Hetty Murdiyani, S.Psi, M.Kes, sebagai Dosen Pengajar mata kuliah yang dengan sabar dan senantiasa memberikan pembelajaran yang menarik dan produktif, serta aplikatif.
8. Bapak Agus Poerwanto., S.Psi, M.Kes, sebagai Dosen pengajar mata kuliah yang senantiasa memberikan materi perkuliahan dengan telaten dan banyak memberikan pelajaran berharga bagi saya.
9. Ibu Rinanti Resmadewi, S.Psi, M.Psi, Psikolog, sebagai Dosen pengajar mata kuliah yang senantiasa memberikan materi perkuliahan dengan sabar, ramah,

telaten, dan banyak memberikan pengetahuan mengenai psikologi kepada saya selama perkuliahan.

10. Ibu Marini S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Dosen pengajar mata kuliah yang senantiasa memberikan pengetahuan yang luas dan senantiasa memberikan motivasi untuk lebih baik.
11. Segenap staf pengajar di Fakultas Psikologi yang telah berbagi ilmu, bimbingan, serta nasihat selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
12. Admin Fakultas Psikologi, Bu Nur dan Pak Weka yang selalu sedia membantu ketika sayamembutuhkan segala sesuatu yang berhubungan dengan adminitrasi dan informasi akademik selama perkuliahan.
13. Kepada Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah 2 Surabaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Instansi tersebut dengan sambutan yang hangat dan ramah.
14. Kepada Seluruh Responden Siswa Kelas XI IPA 2, XI IPS 1, XII IPA 4, XII IPS 1, penulis ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu dan bersedia menjadi bagian dari penelitian ini
15. Kepada Orang Tua Tercinta dan Tersayang, Bapak Sulistyو dan Almh. Ibu Titin Hidayati, dari lubuk hati paling dalam penulis ucapkan terima kasih yang tiada tara atas semua perjuangan, pengorbanan, semangat, kasih sayang, doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat mengemban ilmu di Fakultas Psikologi dan mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi.

16. Kepada Kakak-kakakku Tersayang, Galuh Wira Sulistyو dan Fachreza Akbar Hidayat, penulis ucapkan terima kasih atas doa, dukungan, saran, dan kritik selama penulis mengemban ilmu di Fakultas Psikologi UMSurabaya.
17. Kepada Budheku tersayang, Titik Andayani, penulis ucapkan terima kasih tiada tara karena telah merawat dan memberikan kasih sayang serta dukungan dan doa kepada penulis selama ini khususnya dalam proses penyusunan skripsi.
18. Untuk Teman Dekat, Hesty Agung Sugiarto, terima kasih penulis ucapkan atas dukungan, waktu, pikiran, dan kesabaran yang luar biasa dalam membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
19. Untuk Team Cari Aman terima kasih untuk kekompakkannya meskipun terdapat banyak rintangan diantara kita, namun semua itu dapat berbuah manis dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
20. Geng Xabiru ku Indana, Diana, Eva, Camel, dan Panut, penulis ucapkan terima kasih untuk dukungannya selama ini yang telah menghibur, membantu, dan sedia menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya selama proses penyusunan skripsi.
21. Serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan.

Semoga amal kebaikan semua mendapat imbalan pahala dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini memiliki manfaat bagi pembaca. Akhir kata semoga karya tulis yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu psikologi.

Surabaya, 22 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
ABSTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. REMAJA.....	14
1. Definisi Remaja.....	14
2. Batasan Usia Remaja.....	15
3. Tugas Perkembangan Remaja	16
4. Perkembangan Remaja.....	17
a. Perkembangan Fisik Remaja	17
b. Perkembangan Kognitif Remaja	18
c. Perkembangan Emosi Remaja.....	19
d. Perkembangan Psikososial Remaja.....	20
B. IMPULSIVE BUYING	21
1. Impulsivitas	21
a. Definisi Impulsivitas	21
b. Pengambilan Keputusan Intuitif – Emosional.....	22

	c. Psikoanalisa Sigmund Freud.....	23
	2. Definisi <i>Impulsive Buying</i>	30
	3. Karakteristik Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	31
	4. Tipe Pembelian <i>Impulsive</i>	32
	5. Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	33
	6. Dinamika Terjadinya Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	34
	C. BIG FIVE PERSONALITY.....	36
	1. Definisi <i>Big Five Personality</i>	36
	2. Tipe-tipe <i>Big Five Personality</i>	37
	3. Kepribadian Neuroticism	38
	D. KONFORMITAS TEMAN SEBAYA.....	39
	1. Definisi Konformitas.....	39
	2. Kelompok Kawan Sebaya	41
	3. Aspek-aspek Konformitas Teman Sebaya	42
	4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konformitas Teman Sebaya	43
	E. Hubungan Antara Variabel X1 dan Variabel Y	45
	F. Hubungan Antara Variabel X1 dan Variabel Y	49
	G. Kerangka Konseptual	54
	H. Hipotesis.....	54
BAB III	METODE PENELITIAN	55
	A. Desain Penelitian.....	55
	B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	55
	C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	55
	D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	57
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
	F. Uji Daya Diskriminasi Aitem.....	61
	G. Reliabilitas Alat Ukur	62
	H. Teknik Analisis Data.....	63
	I. Kerangka Kerja	64
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	65

A. Pelaksanaan Penelitian	65
1. Gambaran Umum Tempat Penelitian	65
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	66
B. Hasil Uji Analisis Statistik	66
1. Uji Diskriminasi Aitem	66
2. Uji Reliabilitas	70
3. Hasil Uji Asumsi	72
a. Uji Normalitas	72
b. Uji Linearitas	74
4. Hasil Uji Korelasi	75
b. Uji Korelasi Kendall Tau	75
c. Analisis Statistik Hubungan V_{xd} an V_y	76
5. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

3.1	Skor Aitem Skala Likert.....	80
3.2	Blueprint Kepribaidan <i>Neuroticism</i>	80
3.3	Blueprint Konformitas Teman Sebaya	81
3.4	Blueprint Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	82
4.1	Distribusi Aitem Pada Skala Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	89
4.2	Distribusi Aitem Pada Skala Kepribadian <i>Neuroticism</i>	90
4.3	Distribusi Aitem Pada Skala Konformitas Teman Sebaya.....	91
4.4	Hasil Uji Reliabilitas Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	92
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian <i>Neuroticism</i>	92
4.6	Hasil Uji Reliabilitas Konformitas Teman Sebaya	93
4.7	Hasil Uji Normalitas.....	95
4.8	Hasil Uji Linearitas Kepribadian <i>Neuroticism</i> dengan <i>Impulsive Buying</i>	96
4.9	Hasil Uji Linearitas Konformitas Teman Sebaya dengan <i>Impulsive Buying</i>	97
4.10	Hasil Uji Korelasi Kendall Tau.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Perilaku <i>Neuroticism</i>	94
Lampiran 2. Angket Konformitas Teman Sebaya.....	97
Lampiran 3. Angket <i>Impulsive Buying</i>	100
Lampiran 4. Hasil Tabulasi Data	103
Lampiran 5. Output Daya Diskriminasi Aitem Variabel <i>Impulsive Buying</i>	106
Lampiran 6. Output Daya Diskriminasi Aitem Variabel Kepribadian <i>Neuroticism</i>	116
Lampiran 7. Output Daya Diskriminasi Aitem Variabel Konformitas Teman Sebaya	125
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	132
Lampiran 9. Hasil Uji Linearitas.....	139
Lampiran 10. Hasil Analisis Data Non-Parametrik Uji Kendal Tau-b.....	146

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Asrori, M. (2004). *Psikologi Remaja (Perkembangan Peserta Didik)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian edisi revisi*. Malang : UMM Press
- Annisa Sulistyono Rini. (2019). Industri Pakaian Jadi Catatan Pertumbuhan Paling Tinggi. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190506/257/918857/industri-pakaian-jadi-catatan-pertumbuhan-paling-tinggi> diakses tanggal 15 Juni 2019
- Arce, E., dan Santisteban, C. (2006). Impulsivity: a review. *Psichothema*. Vol. 18 no 2, pp. 213-220
- Astari, AR, dkk. (2006). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi*, Vol. 2
- Baron & Byrne. (1994). *Social Psychology : Understanding Human Interaction*. USA: Needham Heights Allyn & Bacon Inc.
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial* (10th ed.). Jakarta: Erlangga
- Baudrillard, Jean. (2006). *The Ecstasy of Communication*, terjemahan oleh Jimmy Firdaus. Yogyakarta: Ekstasi Komunikasi Kreasi Wacana
- Berk, Laura E. (2003). *Child Development. 6th edition*. USA. Pearson Education, Inc
- Desmita. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases, *Acta Psychologica*, 93: 187-206.
- Djalali, M. A. (2015). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri. *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4, No. 02, hal 111-126
- Engel, JF, R.D Blackwell dan P. W Miniard. (1995). *Consumer Behavior Jilid 2 Edisi Enam*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2010. *Teori Kepribadian*. Jakarta: Selemba Humanika
- Fraenkel, Wallen dan Hyun. (2011). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw Hill.

- Friedman, Howard S. dan Schustack, Miriam W. (2006). *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ghufron M. Nur dan Rini Risnawati S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Ar Ruz Media : YogJakarta
- Hall, C.S dan Lindzey, G. (1993). *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*. Yogyakarta: Kanisius
- Hidayat, E. N (2015). Studi tentang emosi psikologis dalam meningkatkan intensitas pembelian impulsif d'cosmo semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 14, no. 1, 1-14
- Hendariningrum, R. & Susilo, E. 2008. Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2
- Herabadi, A. G, Verplanken, B. (2009). Consumption experience of impulsive buying in indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Sosial Psychology*, 12(1), 20-31.
- Hurlock, Elizabeth B. (1974). *Personality Development*. New Delhi : Hill
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Gramedia.
- In'am, M. F., S., Yulianto, E. (2016). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian impulsive (Survey Pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif Di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 36, No. 36, 92-99
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kim, J. (2003). *College Students' Apparel Impulse Buying Behaviors in Relation to Visual Merchandising*, Doctoral Dissertation, University of Georgia.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Moksnes, U. K., Moljord, I. E., Espnes, G. A., & Byrne, D. G. (2010). *The Association Between Stress and Emotional States in Adolescents: The Role of Gender and Self-Esteem*. Personality and Individual Differences.
- Monita. (2013). *Tren Mengonsumsi Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswa Di Yogyakarta*. Skripsi. Jurusan Sosiologi Universitas Gajah Mada.
- Morris, Desmond. (2002). *Peopewatching: The Desmond Morris Guide to Body Language*. Vintage Books. London.

- Myers, D., G. (2014). *Psikologi Sosial Edisi 10*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nielsen, (2013). Nielsen: Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia Tertinggi di Dunia <http://www.beritasatu.com/makro/111543-nielsen-indeks-kepercayaan-konsumen-di-indonesia-tertinggi-di-dunia.html> diakses tanggal 14 Juni 2019
- Papalia, D. E., Old, S. W., Feldman, & R. D. (2008). *Human Development (terjemahan A. K. Anwar)*. Jakarta: Prenada Media Group
- Park, Eun Joo., Eun Young Kim., Judith Cardona Forney. (2005). "A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.10, No 4, 433-446
- Pervin, Cervone, John. (2005). *Psikologi Kepribadian: Teori dan Penelitian Edisi Kesembilan*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Pramdia Arhando Julianto. 2017. Ini Cara Pemerintah Tingkatkan Industri "Fashion" Nasional <https://money.kompas.com/read/2017/02/01/172109026/ini.cara.pemerintah.tingkatkan.industri.fashion.nasional>. diakses 14 Juni 2019
- Pradana, I., & Suparna, G.(2016). Pengaruh store environment dan impulsive buying tendency terhadap urge to buy impulsive buying dan impulsive buying behavior. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, no.7, 4101-4131
- Prasetyo, Y. (2017). Gaya hidup dan shopping addiction. *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 6, No. 2
- Purnama. (2015). *Studi Deskriptif Mengenai Bentuk Impulsive Buying Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran Usia 18-20 Tahun*. Skripsi. Universitas Padjajaran.
- Putra. (2018). *Pengaruh Factor Internal Dan Eksternal Konsumen Dibeberapa Mall Di Indonesia Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif*. Disertasi. Doctoral Ilmu Manajemen, Universitas Muslim Indonesia
- Rachmati, S,A., Halim, L,V. 2017. *Perilaku Konsumtif Generation Y untuk Produk Fashion*. Skripsi. Universitas Surabaya
- Ramdhani, N. (2007). Apakah kepribadian menentukan pemilihan media komunikasi? metaanalisis terhadap hubungan kepribadian extraversion, neuroticism, dan openness to experience dengan penggunaan email. *Jurnal Psikologi Universitas Gajah Mada*, Volume 34, No. 2, 112 – 129
- Rook and & Gardner, M. P. (1993). In the mood: impulse buying's affective antecedents. *Research in consumer behavior*, 6(7), 1-28

- Safyra Primadhyta. (2015). Generasi Millennial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-.88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>. diakses 4 April 2019
- Santrock, JW. (2003). *Adolescence*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, JW. (2007). *Remaja*. Edisi 11 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, JW. (2012). *Life-Span Development. Edisi Ketigabelas. Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Sarwono, S.W (1999). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Schiffman dan Kanuk. (2000). *Consumer Behavior. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sears, DO. (1991). *Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Shahjehan, A., Qureshi, J. A., Zeb, F., & Saifullah, K. (2012). The effect of personality on impulsive and compulsive buying behaviors. *African Journal Of Business Management*, 2187-2194
- Siswandari, A.D. (2005). *Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja*. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Sitohang, A. (2009). *Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja*. Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Sitorus. (2016). *Hubungan Kepribadian Neurotic Dan Impulsive Buying Pada Remaja di Tarakan*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Bandung : Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan membeli secara online dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XII, No. 2, 140-146
- Suryabrata, S. (2007). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Suryadi., Kadarsah., Ramdhani, M.Ali. (2000). *Sistem Pendukung Keputusan Suatu Wacana Struktural Idealisasi dan Implementasi Konsep Pengambilan Keputusan, Edisi Kedua*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

- Salim Z, Ernawati. 2015. *Info Komoditi Pakaian Jadi*. Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan..http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/10/Isi_BRI_K_FURNITUR.pdf Diakses 7 Desember 2018
- Solomon, M. (1996). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall Internatioal
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Cetakan 1 Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambulana, Monita NurFitriani. (2013). *Trend Mengkonsumsi Pakaian Bekas Di Kalangan Mahasiswi Di Yogyakarta*. Skripsi. Jurusan Sosiologi Universitas Gajah Mada.
- Thai. (2003). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju
- Tobing. (2016). Hubungan antara penerimaan kelompok teman sebaya dengan konsep diri pada remaja panti asuhan di kabupaten badung, bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 3, No. 1-9
- Utami, Christina Whidya. (2006). *Manajemen Ritel (edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat
- Vanni, Medilla (2017) *Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Value, Fashion Involvement Dan Emotional Gratification Terhadap Impulse Buying Behavior Pelanggan Toko Free And Style Di Kota Padang*. Diploma thesis, Universitas Andalas.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 1 (15), 71-83.
- Wood, M. (1998). Socio-economic status, delay of gratification, and impulse buying. *Journal of Economic Psychology*, 19, 295-320.
- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. (2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. *Jurnal Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82.