

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). Manajemen pemasaran strategis. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdillah, E., & Septianawati, E. (2023). *Structural equation modeling (SEM) on mechanisms of non-science students' attitudes toward statistics courses*. Jurnal Focus ACTION of Research Mathematic, 6(2), 25–40.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123-130.
- AGUM, A. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/Thrift Dan Dampaknya Terhadap Umkm Lokal Di Bandar Lampung Menurut Etika Bisnis Islam (Studi pada Konsumen Thrift Kota Bandar Lampung) (*Doctoral dissertation*, UIN Raden Intan Lampung).
- Ahn, Y., & Lee, J. (2019). The effect of participation effort on CSR participation intention: The moderating role of construal level on consumer perception of warm glow and perceived costs. *Sustainability*, 12(1), 83.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alaydrus, R. M. (2017). Membangun kontrol diri remaja melalui pendekatan islam dan neuroscience. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 22(2), 15-27.
- Alwisol. (2019). Psikologi kepribadian (ed. revisi). Malang: UMM Press.
- Amirullah. (2018). Perilaku konsumen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Andriani, E. (2020). Pengaruh promosi media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*, 14(2).

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asih, G. R., & Putra, M. S. (2020). Pengaruh kontrol diri dan perilaku konsumtif terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Psikologi*, 9(2).
- Babin, B. J., & Harris, E. G. (2016). *CB: Consumer behavior* (7th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Baumeister, R. F., & Heatherton, T. F. (1996). Self-regulation failure: An overview. *Psychological Inquiry*, 7(1), 1–15.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. New York: Guilford Press.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Ohio: South-Western College Publishing.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus lengkap psikologi* (terj. Kartini Kartono). Jakarta: Rajawali Pers.
- Cialdini, R. B. (1984). *Influence: The psychology of persuasion* HarperCollins
- Cialdini, R. B. (1993). *Influence: Science and practice*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ekawati, N. W., Giantari, I. G. A. K., Indrawati, K. R., Hermarani, P. A., & Pharamadita, I. P. A. W. (2024). *Paradigma Perilaku Pembelian Impulsif Dan Kompulsif Pada Generasi Z*. Cv. Intelektual Manifes Media.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku konsumen* (terj. Budijanto). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3).
- Ghesa Gafara, “ A Brief History of Thrifting”, dari <https://www.ussfeed.com/a-briefhistory-of-thrifting/>. Diakses pada 10 Oktober 2025
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2019). Pengaruh media sosial terhadap perilaku pembelian impulsif. *Jurnal Komunikasi*, 11(1).
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi statistik 1 (statistik deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2013). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrawati, D., & Ramadhan, F. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna e-commerce. *Jurnal Psikologi Islami*, 8(2).
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London: Pearson Education.
- Laetitia, A. (2025). Dampak Social Proof dan Retensi Pelanggan di UMKM Café di Kota Bandung: Tinjauan Literatur. *Jurnal Digital Bisnis, Modal*

Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi), 5(1),

Latan, H. (2014). Aplikasi analisis data statistik untuk ilmu sosial. Bandung: Alfabeta.

Lestari, N. (2022). Pengaruh social proof dan rekomendasi online terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3).

Lestari, S., & Helmi, H. (2024). Pengaruh Faktor Situasional terhadap Pembelian Impulsif pada Platform Belanja Online Shopee Tangerang. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4),

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen (terj. Lina Salim). Jakarta: Erlangga.

Mudzakir, A., Muwaffiqillah, M., & Muzakki, I. (2018). Pengaruh antara kecerdasan sosial dengan produktivitas kerja karyawan bagian penjualan. *Journal of Psychology and Islamic Science*, 2(1), 41–55. Happiness.

Novita, Y. (2024). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 32-44.

Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), hlm.92

Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), hlm.46.

Salsabila, K. A., & Vania, A. (2025). Analisis dampak influencer marketing dan customer review terhadap impulse buying dengan price discount sebagai variabel moderasi pada platform TikTok Shop. *Scientific Journals of Economic Education (SJEE)*, 9(1).

- Santoso, S. (2020). Statistik untuk penelitian: Konsep dan aplikasi dengan SPSS (4th ed.). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, M., & Prasetyo, A. (2022). Preferensi pelajar dan mahasiswa terhadap produk thrift fashion di marketplace online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1).
- Simanjuntak, M., & Pratama, A. (2020). Motivasi konsumen dalam membeli produk thrift fashion. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(3).
- Simbolon, P., Turnip, H., Damanik, C., & Tamba, R. (2025). Mekanisme dan perilaku individu. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1).
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). Buku ajar perilaku konsumen. Jakarta: Penerbit NEM.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, A. (2012). Pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1).
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). Manajemen ritel: Teori dan strategi dalam bisnis ritel. Academia Publication.
- Surahman, S., Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). METODOLOGI PENELITIAN DAN MASALAH PENELITIAN.
- Suryani, & Hendriyadi. (2016). Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam. Jakarta: Prenada Media.
- Radar Kediri. "Anak Muda di Kediri Pilih Thrift Shop karena Kualitas dan Sesuai Isi Kantong." Diakses 16 Oktober 2025. <https://share.google/DyvZzHMJQUn4jnD8I>
- Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. Cipta Media Nusantara.

- RRI.co.id - Portal berita terpercaya. "Tren Transaksi Thrifting 'Bekas Berkelas' Ramai di Kediri." Diakses 16 Oktober 2025. <https://share.google/wy6cFkfxYQ26YgOIw>
- Romy, E., Se, B. A., & Ardansyah, M. (2022). *Teori dan perilaku Organisasi*. umsu press.
- Satria Arif Wibowo, S. A. W. (2025). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PAKAIAN BEKAS (Studi Kasus Pada Thrif Store Cadua Second di wilayah Kec. Ambarawa, Kab. Semarang)* (Doctoral dissertation, UPT. Perpustakaan Undaris).
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2).
- Talib, Y. Y. A., & Saat, R. M. (2017). Social proof in social media shopping: An experimental design research. *SHS Web of Conferences*, 34.
- Tarigan, A. (2023). Pengaruh social media marketing, kualitas produk, dan influencer terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3).
- Thomas, Z. K. (2006). *Multiple regression and beyond: An introduction to multiple regression and structural equation modeling*. Boston: Pearson Education.
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek moderasi kontrol diri pada hubungan sifat materialisme terhadap pembelian impulsif online. *Public Policy*, 1(2).
- Tupamahu, M., & Balik, Y. (2020). Kontrol diri sebagai variabel mediasi pengaruh antara materialisme terhadap pembelian impulsif online. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5.

- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4).
- Wardhana, A. (2022). *Perilaku konsumen: Teori dan implementasi*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wayan, W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Winarsih, P. (2024). Online shopping addiction dalam perspektif Islam masalah. *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 6(3).
- Xiao, H., Zhang, Z., Li, Z., & Chen, Y. (2023). The influence of social factors and social media usage on impulsive buying behavior. *Frontiers in Psychology*, 14.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2).
- Yuniarti, P., Wianti, W., & Rini, R. S. (2023). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit NEM.