

DAFTAR PUSTAKA

- Agist Yovidia Yofran Very ,(2016), “*Pengaruh Iklan Televises Selebriti Endoser terhadap Pembelian Implusif pada Remaja*”, Program Studi Psikologi, Jurusan Psikologi Fakulas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Andika Matulesy, Rr, Eka Cahya Ningrum, (2018) “*Self Image dan Implusif Buying terhadap Produk Fashion pada Dewasa Awal*”, Jurnal Psikologi, Vol,01,No,01.
- Ali Anwar,(2009), “*Statistika Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS Dan Excel*”, (Kediri: IAIT Press).
- Aulia Ahmad, Anas,(2020) “*Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya*”, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 8 No 3.
- Darmanitya Harseno Wijanarko Dan Yolanda, (2018) “*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua serta Implikasi terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Niversitas Brobudur*”,Jurnal Manjemen, Vol. 06. No. 1.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan.(2015), ” *Kamus Besar Bahasa Indnesia*”,(Jakarta Pustaka Grafindo).
- Darmanah & Garaika, (2019),“*Metode Penelitian*”, Lampung Selatan: Hira Tech.

Elistia Widia Paramitha, Velina Angela, Elistia Widia Paramitha,(2020), “*Pengaruh Lifestile dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Implusif Buying Konsumen Sopee Generasi Z*”, *Junalekonomi Bisnis Dan Manajemen*,Vol,10, No,2.

Khoirunisa Nur Diana ,(2020)” *Judul Pengaruh Selebriti Endoser Terhadap Pembelian Implusif Pada Mahasiwi Psikologi Unuversits Islam Negri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*”,Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negri Malang.

Kususma,Tio Dan Nur Chayati,(2021), “ *Sikap dan Prilaku Masyarakat terhadap Pandemic Covid 19*”, *Jurnal Penelitin Psikologi*,Volume 8, Nomor 4.

Lestari Sumi Lestari,(2020), “*Analiss Kontruks Fashion Involvement Remaja pada Masa Pandemic Kovid- 19*”, *Jurnal Personifikasi*, Vol,11 No,2.

Liyana Ermawati, Dimas Pratomo, “*Kecenderungan Pembelian Implusif Ditinjau Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pengunjung Malyoboro Mall Yogyakarta)*”, *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syaiah*,(2019), Vol,2,No,2.

Lestari Sumi,(2020), “*Analiss Kontruks Fashion Involvement Remaja pada Masa Pandemic Kovid- 19*”, *Jurnal Personifikasi*,Vol,11 No,2.

- Mahendro Bimo, (2017), "*Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*", Jurnal Visi Komunikasi, Volume, 16, No, 01.
- Muslimatul Nadya Ummah, (2020) "*Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle dengan Pembelian Impulse Produk Fashion pada Dewasa Awal*", (Skripsi Fakultas Psikologi Dan Kesehatan Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya.)
- Miranda Yosy Chyntia, (2016) "*Kajian terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulsif Buying dalam Online Shopping*", Jurnal Kopetensi, Vol, 10, No 01.
- Nasrulloh Rulli, "*Media Sosial*", (Bandung, PT Remaja Rosda Karya, 2017).
- Prasoo Eko (2019), "*Pengaruh Selebriti Endorsmen terhadap Minat Beli Melalui Brand Image*", Jurnal JRMB, (2019), Vol, 14, No 2.
- Putra, "*Pengaruh Promosi Penjualan Dan Impulse Buying terhadap Keputusan Pembelian Sepatu di Online Shop Lazada pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*".
- Quroyzhin Kartika Rini, Nada Fitria Siregar, (2019) "*Regulasi Diri Dan Impulsif Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Yang Belanja Online*", Jurnal Psikolog, Vol, 12, No, 02.
- Risa Yuwinda, Weni Pebrianti, (2021), "*Pengaruh Fisual Machandising, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap*

- Prilaku Impulse Buying pada Konsumen High Income*”, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Terapan, Vol 12, No,3.
- Rohmah Faizatur,(2020) *“Pengaruh Fashion Involvement dan Self Control terhadap Implusif Buying Situs Belanja Online (Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Malang)”*,(Skripsi: Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negi (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Malang).
- Sri Mulyati Abdullah dan Dian Chrisnawati, (2011)*“Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian”* Jurnal Spirits, Vol,2 No,1.
- Stephen Abednego , Athluna Canthika, Davin Subrata, Devina Veronika, (2019)*“Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”*, Jurnal IBL (Indonessia Bussines Review, Vol.02, No.2.
- Safira Zahra, Anindita Lintangdesi Afriani, (2021)*“Pengaruh Youtube Beuty Vlogger Suhay Salim Erhadap Prilaku Imitasi Siswa SMKN 20 Jakarta”*, Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan, Vol,3.
- Sugiyono, (2014),*”Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D”* (Bandung: Alfabeta).
- Saifudin Azwar,(2009),*” Penyusunan Skala Psikologi”*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

- Sujarweni,(2007), “*Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian (Skripsi, Thesis, Disertasi, Umum)*”, (Yogyakarta: Ardana Media).
- Sugiono, (2013), “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*”. Bandung:Alfabeta.
- Tawarik, Alfredo R.Y, Silviya L. Mandey, Hendra N. Tawas, (2014)“*Merek dan Fashion Involvement Pengaruhnya terhadap Prilaku Implusif Buying Pada Konsumen*”, Jurnal EMBA,Vol,2,No,2.
- Tri Sudarwanto Dan Ahmad Aulia Anas,(2020), “*Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Sstore Royal Plaza Surabaya*”, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)),Volume 8 No 3.
- Vicky F. Sanjaya Zahra Dhaefina, Merza Nur AR, Pirmansyah, (2021),“*Pengaruh Celebrity Endorsmen, Brand Image, dan Testimony terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial*”,Jurnal Manajemen,Volume 7 Nomor1.
- Yahmini Exnasiyah,(2019), “*Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Diinjau Dari Latar Belakang Keluarga*” Journal Of Research In Business And Economic, Vol. 02, No. 01.