

DAFTAR PUSTAKA

- Afif Faisal. (1993). *Psikologi Penjualan*. Bandung: ANGKASA.
- Aji, R., Sri H., & Diana R. (2009). *Hubungan antara Locus Of Control Internal dengan Kematangan Karir pada Siswa Kelas XII SMKN 4 Purworejo*. Jurnal psikologi Universitas Diponegoro.
- Ancok, Djameluddin (1987). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anin, A.F., Rasimin B.S., & Nurhayati A., (2005). *Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion pada Remaja*. *Jurnal Psikologi* Vol. 35, No. 2, hal: 181-193. Universitas Gadjah Mada, 181-193.
- Arifin, Z., & In Tri Rahayu. (2010). *Hubungan antara Orientasi Religius, Locus of Control dan Psychological Well-Being Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. *Jurnal Psikologi* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Azwar Saifuddin, (2010), *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chi Hsinkuang ., Yeh Hueryren ., dan Chen Yuling. 2010. *The Moderating Effect of Locus of Control on Customer Orientation and Job Performance of Salespeople*, *Journal The Business Review, Cambridge*, Vol. 16 Num, 2 December, pp. 142-146
- John Mowen & Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Bandung: PT. PENERBIT ERLANGGA, 11.
- Crider, Andrew B. 1938. *Psychology*. Scott, Foresmen & company.
- Dzulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 108.
- Eka, S.A., (2010). *Analisis Pengaruh Locus of Control terhadap Kinerja Dengan Etika Kerja Islam Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Karyawan Tetap Bank Jateng Semarang)*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

- Engel, J., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. (1993). *Consumer Behaviour*. Dryden Press, Chicago, IL. (1994). *Perilaku konsumen jilid 1*. Jakarta: bina rupa aksara
- Ghufron N. & Risnawita S.R., (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 65-71.
- Greenhalgh, L dan Rosenblatt. (1984). "Job insecurity : Toward conceptual clarity". *Academy of Management review*, Vol.9 p: 438-448.
- Hadi,S. (2000). *Analisi Butir untuk Instrumen Ngket Tes dan Skala Nilai dengan BASICA*. Jakarta: Renika Cipta.
- Hausman, A. (2000). *A Multi-method Investigation of Consumer Motivations in Impulse Buying Behavior*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17 No. 5, pp. 403-417.
- Herabadi, A. G. (2003). *Buying impulses: A study on impulsive consumption*. Unpublished doctoral dissertation, University of Nijmegen.
- Imawarti, D., (2011). *Hubungan antara efikasi diri dan pusat kendali internal dengan kecemasan berbicara di muka umum, Tesis*. Universitas 17 Agustus. Surabaya.
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Jondray A. H., (2009) *Impulse Buying Tendency: Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon*. *Jurnal Ekonomi & Menejemen*. Rutu Nusa Ambon. jondry_UB@rocketmail.com
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). *The influence of culture on consumer impulsive buying behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163–176. http://dx.doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08
- Kenanga Diah D.H., Apriatni E.P. & Widayanto. (2013). *Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang*. *Diponegoro Journal of Social And Politic Of Science*. Univversitas Diponegoro, 1-9.
- Kreitner, R. & Angelo Kinicki, (2003). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Mc Graw Hill Education. Jakarta.
- Kotler, P., & Kevin L.K., (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Indeks, 234-244.

- Lefcourt. H. M. 1986, “*Internal Versus External Control of Reinforcement: A Review*”. *Psychological Bulletin*. April, pp. 206-220.
- Lina & Rosyid (1997). *Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja*”. *Jurnal Psikologi* No 4 thn II 1997, 6-8. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Loudon, D.L. & Bitta, A. J. 1993. *Consumer Behaviour Concept and Application* (4th ed). Singapore McGraww Hill.
- Miftiana, D.M.,(2013). *Pengaruh Stabilitas Suasana Hati (Mood) Dan Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Modul Analisis Data (2008). *Analisis Data Statistik Deskriptif*. UINSA Surabaya.
- Muhid Abdul (2010). *Aanlasis Statistik SPSS for Windows*. Surabaya: Duta aksara
- Mulianingrum, W. (2010). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Merek Super T-Shirt*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nielsen. (2011). *One in four main shoppers is male: Nielsen*. Retrieved Maret 15, 2014, from <http://www.acnielsen.co.id/news/Release210611.shtml>
- Novita Ika A., (2012), *Perbedaan Kecenderungan Menyontek Ditinjau Dari Locus Of Control Dan Orientasi Belajar*. Tesis Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Oktaviana, A., (2008). *Hubungan Locus of Control dan Dukungan Sosial dengan Resiliensi pada Remaja Penyandang Tuna Rungu*. *Jurnal Psikologi*. Universitas Mulawarman, 1-8.
- Putri Theresia. K. P., & Agus P., (2013). *Peran Point OF Purchase dalam Pemebelian Tidak Terencana*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol . Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 5-6.
- Rani, A.A. & Sahra A. (2006). *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif pada Remaja Putri*. *Jurnal ilmiah Psikologi*. Universitas Manggala Yogyakarta, 1-12.

- Rohman, Fatchur (2012). *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Katalog dalam Terbitan (KDT) Universitas Brawijaya Malang. UB Press
- Rook, Dennis W., 1987. "The Buying Impulse." *The Journal of Consumer Research*, Vol.14, No.2 (September 1987), pp. 189-199
- Rotter, J.B. 1986. "Generalized Expectancies for Internal Versus External Control for Reinforcement". *Psychological Monographs : General and Applied*, whole No. 609, pp. 1-28.
- Semuel, H., (2005). *Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya)*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, September, hal: 56. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Singarimbun, M. (1999). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP315.
- Shofwan Hanan. (2010). *Pengaruh Dimensi Big Five Personality Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif*. Skripsi (tidak diterbitkan). Universitas Sumatra Barat.
- Soemanto W. (1990). *Psikologi Landasan Kerja Pemimpin Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sonia E. (2008). *Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UNIKA SOEGIJAPRANATA Ditinjau Dari Eksternal Locus Of Control*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Solomon, M.R., (2000). *Consumer Behavior. International Edition. New Jersey: Prentice-Hall*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Suryabrata, Sumadi (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Utami, Fika A. (2008). *Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja*. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, Vol. 3, No.1, Pebruari, hal: 48. Universitas Gadjah Mada.
- Varerina, T.H. (2010). *Perilaku Pembelian Impulsif Produk Pakaian Masyarakat Urban Di Kota Jakarta dan Bandung*. Tesis (tidak

diterbitkan) Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Indonesia Jakarta.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). *Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. *European Journal of Personality*, 15, S71-S83. <http://dx.doi.org/10.1002/per.423>

Widawati, Lisa. (2011). *Analisis Perilaku Pembelian Impulsif Dan Locus Of Control Pada Konsumen di Carrefour Bandung*. *Jurnal Psikologi MIMBAR*, Vol. XXVII, No. 2, desember, Universitas Islam Bandung, 125-132.