

**HUBUNGAN *SELF-REGULATION* DAN *LIFESTYLE* DENGAN
IMPULSIVE BUYING TERHADAP PRODUK *FASHION* PADA
MAHASISWA DALAM BERBELANJA ONLINE**

Diajukan Kepada Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata
Psikologi (S.Psi)



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

AYU LISDIANTI RAMADHAN

11010121006

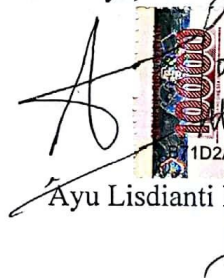

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Hubungan Self-Regulation dan Lifestyle dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa dalam Berbelanja Online*” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 27 Desember 2024



Ayu Lisdianti Ramadhan

LEMBAR PERSETUJUAN

PROPOSAL SKRIPSI

Hubungan *Self-Regulation* dan *Lifestyle* dengan *Impulsive Buying* terhadap
Produk Fashion Pada Mahasiswa dalam Berbelanja Online

Oleh :

Ayu Lisdianti Ramadhan

11010121006

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Seminar Ujian Skripsi

Surabaya, 27 Desember 2024

Dosen pembimbing



Dr. Dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag

NIP.197209271996032002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**HUBUNGAN *SELF-REGULATION* DAN *LIFESTYLE* DENGAN
IMPULSIVE BUYING TERHADAP PRODUK *FASHION* PADA
MAHASISWA DALAM BERBELANJA ONLINE**

Yang disusun oleh
Ayu Lisdianti Ramadhan
11010121006


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 07 Januari 2025

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

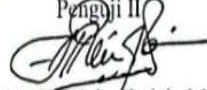
Dr. phif. Khoirun Niam
NIP. 197007251996031004




Susunan Tim Penguji
Penguji I


Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.
NIP. 19720927196032002

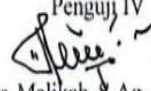
Penguji II


Prof. Dr. H. Moh. Sholeh, M.Pd.
NIP. 195912091990021001

Penguji III


Mei Lina Fitri Kumalasari, M.Kes.
NIP. 198805182014032002

Penguji IV


Dr. Malikah, S.Ag., M.Psi.
NIP. 197203122009122001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayu Lislianti Ramadhan
NIM : 11010121006
Fakultas/Jurusan : Psikologi & Kesehatan
E-mail address : ayu.lislianti32@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hobongan Self-Regulation dan Lifestyle dengan
Impulsive Buying terhadap Produk fashion pada
Mahasiswa dalam Berbelanja online

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Januari 2025

Penulis


(Ayu Lislianti)
nama terang dan tanda tangan

INTISARI

Penelitian ini mempunyai maksud dalam mengetahui hubungan *self-regulation* dan *lifestyle* dengan *impulsive buying* terhadap produk *fashion* pada mahasiswa dalam melakukan belanja online. Adapun kajian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif melalui model regresi. Sampel dalam kajian ini sebesar 400 mahasiswa melalui pendekatan *non-probability* sampling melalui teknik pengambilan sampel yakni *accidental sampling*. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif berkuliah di Surabaya baik negeri dan swasta, berusia 18 sampai 24 tahun, dan pernah melakukan belanja online di *e-commerce*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mempergunakan kuesioner dengan sajian *google form* yang mencakup tiga instrumen, yakni skala untuk mengukur *impulsive buying* adalah *Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS)* sebanyak 18 item, skala untuk mengukur *self-regulation* adalah *Self Regulation Questionnaire (SRQ)* sebanyak 12 item, dan skala untuk mengukur *lifestyle* adalah *Activity, Interests, Opinions (AIO)* sebanyak 34 item. Adapun data yang telah diperoleh oleh peneliti dianalisis melalui model regresi linier berganda. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *self-regulation* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *impulsive buying*, sedangkan *lifestyle* memiliki hubungan signifikan dengan *impulsive buying*. Kemudian, temuan juga menunjukkan bahwa variabel *self-regulation* dan *lifestyle* secara simultan secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan dengan *impulsive buying* mahasiswa yang melakukan belanja online pada produk *fashion*.

Kata Kunci: *Impulsive Buying, Self-Regulation, Lifestyle, E-Commerce, Produk Fashion.*

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between self-regulation and lifestyle with impulsive buying on fashion products among students who shop online. This research uses quantitative methods with a regression approach. The sample in this study amounted to 400 students through a non-probability sampling approach with the sampling technique, namely accidental sampling. The subject criteria in this study are active students studying in Surabaya, both public and private, aged 18 to 24 years, and have done online shopping in e-commerce. The data collection method in this study uses a questionnaire with a google form presentation including three instruments, namely the scale for measuring impulsive buying is the Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS) of 18 items, the scale for measuring self-regulation is the Self Regulation Questionnaire (SRQ) of 12 items, and the scale for measuring lifestyle is Activity, Interests, Opinions (AIO) of 34 items. The data that has been obtained by researchers is analyzed through multiple linear regression models. The findings in this study indicate that partially self-regulation does not have a significant relationship with impulsive buying, while lifestyle has a significant relationship with impulsive buying. Then, the findings also show that simultaneously self-regulation and lifestyle variables together have a significant relationship with impulsive buying of students who do online shopping on fashion products.

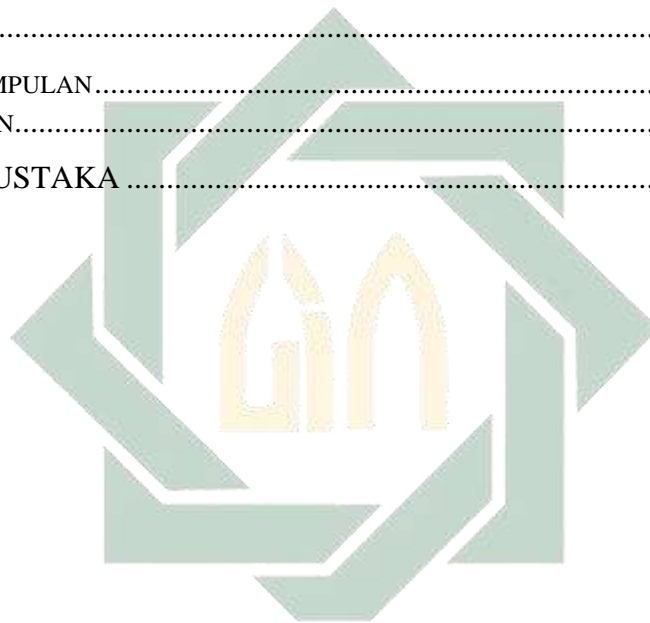
Keywords: *Impulsive Buying, Self-Regulation, Lifestyle, E-Commerce, Fashion Product.*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | I |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | I |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | III |
| HALAMAN PENGESAHAN | IV |
| LEMBAR PUBLIKASI | V |
| KATA PENGANTAR | VI |
| DAFTAR ISI..... | VIII |
| DAFTAR GAMBAR | X |
| DAFTAR TABEL..... | II |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | X |
| INTISARI..... | XI |
| <i>ABSTRACT</i> | XII |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. LATAR BELAKANG..... | 1 |
| B. RUMUSAN MASALAH | 6 |
| C. TUJUAN PENELITIAN | 7 |
| D. MANFAAT PENELITIAN..... | 7 |
| E. KEASLIAN PENELITIAN..... | 8 |
| BAB II..... | 11 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 11 |
| A. <i>IMPULSIVE BUYING</i> | 11 |
| B. <i>SELF-REGULATION</i> | 15 |
| C. <i>LIFESTYLE</i> | 20 |
| D. HUBUNGAN <i>SELF-REGULATION</i> DAN <i>LIFESTYLE</i> DENGAN <i>IMPULSIF BUYING</i> . | 24 |
| E. KERANGKA TEORITIK | 26 |
| F. HIPOTESIS PENELITIAN..... | 27 |
| BAB III | 29 |
| METODE PENELITIAN | 29 |
| A. VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL..... | 29 |
| B. POPULASI, TEKNIK SAMPLING, DAN SAMPEL | 30 |
| C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA | 32 |

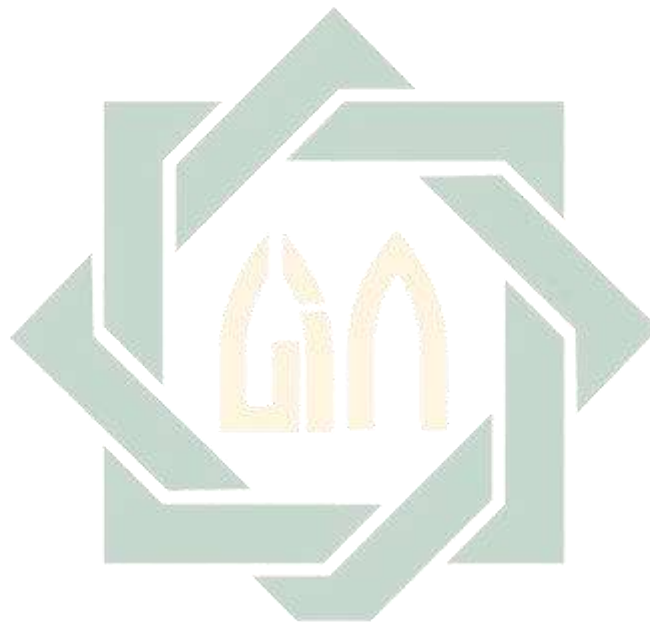
| | |
|---------------------------------------|----|
| D. INSTRUMEN PENELITIAN | 33 |
| E. VALIDITAS RELIABILITAS | 38 |
| F. ANALISIS DATA..... | 46 |
| BAB IV | 47 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 47 |
| A. HASIL PENELITIAN | 47 |
| B. PENGUJIAN HIPOTESIS..... | 53 |
| C. PEMBAHASAN | 60 |
| BAB V..... | 67 |
| PENUTUP..... | 67 |
| A. KESIMPULAN..... | 67 |
| B. SARAN..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka teoritik..... 27



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Skor Skala Likert | 33 |
| Tabel 2 Blueprint Skala Impulsive Buying..... | 34 |
| Tabel 3 Blueprint Skala Self-Regulation | 35 |
| Tabel 4 Blueprint Skala Lifestyle | 37 |
| Tabel 5 Hasil Uji Validitas Skala Impulsive Buying..... | 38 |
| Tabel 6 Blueprint Skala Impulsive Buying Setelah Uji Terpakai..... | 39 |
| Tabel 7 Hasil Uji Validitas Self Regulation..... | 40 |
| Tabel 8 Hasil Uji Validitas Skala Lifestyle..... | 41 |
| Tabel 9 Blueprint Skala Lifestyle Setelah Uji Terpakai | 42 |
| Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Impulsive Buying | 44 |
| Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Self-Regulation | 45 |
| Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas Lifestyle..... | 45 |
| Tabel 13 Data Deskriptif Subjek Penelitian..... | 47 |
| Tabel 14 Pedoman Hasil Pengukuran | 48 |
| Tabel 15 Hasil Kategorisasi Self-Regulation..... | 49 |
| Tabel 16 Hasil Kategorisasi Lifestyle | 50 |
| Tabel 17 Hasil Kategorisasi Impulsive Buying | 51 |
| Tabel 18 Demografis Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 52 |
| Tabel 19 Gambaran Subyek Berdasarkan Usia | 52 |
| Tabel 20 Hasil Uji Normalitas | 54 |
| Tabel 21 Hasil Uji Multikolinieritas | 55 |
| Tabel 22 Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 56 |
| Tabel 23 Hasil Uji-T (Parsial)..... | 56 |
| Tabel 24 Hasil Uji F (Simultan)..... | 57 |
| Tabel 25 Hasil Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| Tabel 26 Persamaan Regresi Linier Berganda..... | 59 |

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Tabulasi Data..... | 78 |
| Lampiran 2 Daftar Pertanyaan | 131 |
| Lampiran 3 Uji Validitas..... | 135 |
| Lampiran 4 Uji Reliabilitas | 174 |
| Lampiran 5 Asumsi Klasik | 175 |
| Lampiran 6 Output Regresi Linier Berganda..... | 177 |
| Lampiran 7 Output Demografi..... | 178 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. T. (2023). Hubungan Self Regulation Dengan Impulsive Buying Item di Game Online Pada Masa Dewasa Awal. *Fenomena*, 32(1), 36–43. <https://doi.org/10.30996/fn.v32i1.9132>
- Alfiyah, M. T., & Prabowo, B. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Shopping *Lifestyle* terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee di Kota Tuban. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(2).
- Alifia, S., & Millanyani, H. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping *Lifestyle* Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Cimahi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 10(2).
- Anggraini, A. N., & Anisa, F. (2020). Pengaruh Shopping *Lifestyle* Dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Pada Konsumen Shopee Fashion Magelang Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 1(1).
- Aprilya, D., Sari, N., & Belianantiya, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online Pada. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10, 181.
- Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Arum, A. R., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara Regulasi Diri dengan Penyesuaian Diri Mahasiswa Baru Psikologi Anggi Raylian Arum Riza Noviana Khoirunnisa. *Jurnal Penelitian Psikolog*, 8(8), 187–198.
- Barutu, R. N., Yani, M., & Nugroho, T. T. (2024). Pengaruh Price Discount, Store Atmosphere, Display Product, dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus di Matahari Department Store Sidoarjo). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1840-1852.
- Cachon-Rodriguez, G., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2024). How Compulsive and Impulsive Buying Affect Consumer Emotional Regulation. Is Anxiety a Differential Element? *European Journal of Management and Business Economics*.
- Choirunnisa, D. (2021). Perilaku Pembelian Impulsif: Seberapa Besar Peran Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi? *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 61–70.

- Dewi, G. A. S. P. (2023). Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Skincare Di Surabaya Berkaitan Dengan Fenomena Fear of Missing Out. *Fenomena*, 32(2), 72–79. <https://doi.org/10.30996/fn.v32i2.10071>.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Fatricia, R. S. (2023). Scarcity cues, fear of missing out, and impulse buying behavior in fashion product: The role of Islamic religiosity. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(2), 67-82.
- El Abidah, A. N., & Alfredo, R. (2024). Perilaku Impulsive Buying dalam Tren Affiliate Marketing Di Tiktok Shop. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 3(2), 616-631.
- Elfariani, I., & Anastasya, Y. A. (2023). Regulasi Diri dan Kecemasan Sosial pada Remaja. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 5(2), 57. <https://doi.org/10.29103/jpt.v5i1.10421>
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 01–19. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>
- Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku konsumtif bandwagon effect followers instagram shopee pada event flash sale. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 99-110.
- Fadhilah, F., & Puspitadewi, N. W. S. (2024). Impulsive Buying on the Member of *Online shopping* Community: The Role of Self-regulation. *Indonesian Psychological Research*, 6(2).
- Fajri, M. A., Lubis, F. A., & Harahap, M. I. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Dengan Literasi Maqashid Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan). 8(2), 810–824. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.27359>
- Farah, M., Suharsono, Y., & Prasetyaningrum, S. (2019). Konsep diri dengan regulasi diri dalam belajar pada siswa SMA. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 171–183. <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i2.8243>
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan regulasi diri dengan pembelian impulsif remaja putri Bukittinggi terhadap produk pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2017), 3737–3743. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1454>
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan *Self regulation* Dan *Lifestyle* Dengan *Impulsive buying* Pada Mahasiswa Surabaya Dalam Melakukan *Online shopping*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3737–3743.
- Gabriel Pelealu, N. T., & Huwae, A. (2023). Gaya Hidup Hedonisme dan Impulsive Buying dalam Aktivitas Belanja Online pada Mahasiswa Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 5081–5090.

- Istiqlal, A. H. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Impulse Buying pada Mahasiswa. (Skripsi). Program Studi Psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Hong, L. M., Zulkiffli, W. F. W., Nawi, N. C., Md Radzi, S. N., & Redzuan, R. H. (2021, November). The chronology of impulse buying behaviour. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 363-374). Cham: Springer International Publishing.
- Jehamat, L., Gero, H. M. E., & Meka, C. E. (2024). Habitus Belanja Online dan Tren Gaya Hidup Shopaholic di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Nusa Cendana: Perspektif Cultural Studies. *Jurnal Pluralis*, 2(2), 214-231.
- Jordan, M., Khotimah, H., & Hakim, L. (2023). Regulasi Diri dengan Impulsive Buying: Studi Pada Mahasiswi Pengguna Shopee. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 7(September), 4174–4182.
- Kiftiyah, L. M. (2022). Pengaruh Regulasi Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Mahasiswi Skripsi. UIN Walisongo Semarang.
https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17857/1/Skripsi1807016098_Lifiana_Maryatul_Kiftiyah.pdf
- Laana, D. L., & Sukri, U. (2022). Life style: Perilaku mahasiswa masa kini dan pengaruh media sosial. *Inculco Journal of Christian Education*, 2(1), 67-80.
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2024). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive buying dengan Self-control sebagai Moderator pada Dewasa Awal. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 22(1).
- Liska, M., & Utami, F. N. (2023). Pengaruh Shopping *Lifestyle* Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop Pada Generasi Z Dan Milenial Di Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6215–6123.
- Maimunah, F., Lestari Kadiyono, A., & Nugraha, Y. (2024). Reliabilitas dan Validitas Konstruk Work-Life Balance Pada Remote Working Employee di Indonesia. *Tekmapro*, 19(1), 94–103. <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v19i1.387>
- Masaki, F. (2023). Self-regulation from the sociocultural perspective—A literature review. *Cogent Education*, 10(2), 2243763.
- Mubarok, F. H., & Psikologi, J. (2021). Acta Psychologia Hubungan antara Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 3(1), 69–80. <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik SPSS. In *Zifatama Jawara*.

- Musyafi'ah, A., Iskandar, K., & Undartik, S. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Valuedan Shopping *Lifestyle* Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Swalayan Nirmala Brebes. *Ournal Economics and Management(JECMA)*, 3(1).
- Netia, & Maya Irjayanti. (2024). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Tokopedia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 5913–5931. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.4087>.
- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023, September). Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, Fomo, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Nurul Millatin Naufah. (2023). Hubungan antara Regulasi Diri dan Pembelian Impulsif terhadap Produk Skincare pada Mahasiswa. In *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Vol. Vol.1* (Issue 2, pp. 149–164).
- Nurul, I., Laode, Q. S., & Salman. (2023). Gaya Hidup terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Konsumen Marketplace. *Jurnal Sublimapsi*, 4(2), 349–356.
- Olii, M. I., Bempah, I., & Wibowo, L. S. (2023). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Impulse Buying Pada Konsumen Apel Di Hypermart Gorontalo Dimasa Pandemi Covid-19. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.37046/agr.v7i1.18949>
- Padji, E. M., & Rahayu, M. N. M. (2023). Regulasi Diri dan Pembelian Impulsif Remaja Akhir Penggemar K-Pop dalam Membeli Merchandise K-Pop. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 13(3), 527. <https://doi.org/10.24127/gdn.v13i3.7637>
- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). Influence of Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Sales Promotion on Impulse Buying on Users of Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 123–135. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p123-135>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah Fitri, I. (2021). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada Karyawan Department Store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1177–1187. <https://media.neliti.com/media/publications/466495-none-64367096.pdf>
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen Flexing di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(2), 490–493. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2023). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(01), 888–896.

- Pratiwi, V. T., & Isa, M. (2023). Peran Positive Emotion dalam Memediasi Hedonic Shopping dan Shopping *Lifestyle* terhadap Impulse Buying. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 221–233.
- Putra, J. R., & Balgies, S. (2021). Pengaruh Shopping *Lifestyle* dan Hedonic Motives terhadap Impulse Buying Behavior pada Konsumen Produk Fashion. *Indonesian Psychological Research*, 3(1), 23–31.
- Putri, P. A., Suryani, W., & Berampu, L. T. (2023). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan E- Commerce Shopee Di Kecamatan Medan Sunggal The Effect Of Sales Promotion, Hedonic Shoppin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 30–39. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1578>
- Putra, T. M., Nurhayati, N., & Pohan, S. (2024). Pengaruh Iklan Tanggal Kembar terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Platform E-Commerce di Indonesia: Kajian Literatur Kualitatif. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4), 2625-2638.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>.
- Qorib, F., Ermelinda, J., & Oktarina, R. A. (2023). Penggunaan busana sebagai bentuk ekspresi dan identitas mahasiswa di media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 236-251.
- Rahmawati, Maradita, F., & Hartini. (2021). Pengaruh Penerapan Green Marketing dan Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UHT Ultramilk (Studi Kasus Masyarakat Kota Sumbawa). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9.
- Rochim, A. A., Muhid, A., Fanani, A., Mustika, I., & Muharram, F. S. (2022). Shopping *Lifestyle* Dan Customer Value Terhadap Impulsive Buying Produk Hijab Syar'i Anggota Pengajian Muslimah Azzahra. *Indonesian Psychological Research*, 4(2), 110–118.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 1199-1210.
- Ruslita, G., & Seran, A. (2024). Media dan Konsumerisme: Studi Kritis Pahlawan Konsumtif dalam Budaya Populer. *Journal of Mandalika Literature*, 6(1), 480-492.
- Safitri, M. A., Pandjaitan, D. R., & Ramelan, M. R. (2024). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif dengan Emosi Sebagai Variabel Mediasi Pada

- Produk Something (Studi Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Bandar Lampung). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 543-559.
- Sakinah, N., & Nanda, M. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. Universitas Negeri Surabaya, 2022, 32. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/37>.
- Sari, A. I., Prabawati, M., & Arrsy, E. N. (2023). The Influence of Instagram Influencers on Impulse Buying Fashion Products. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 11(1), 50-56.
- Seno Anjanarko, T., & Mardikaningsih, R. (2022). Visual Merchandising dan Motivasi Hedonik terhadap Pembelian Impulsif. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 445–450. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1313>
- Siregar, H. M., & Siregar, S. N. (2021). Profil Self Regulation Mahasiswa Pendidikan Matematika Fkip Universitas Riau Di Masa Pandemi Covid-19. *ANARGYA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.24176/anargya.v4i1.5601>
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2020). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224.
- Situmorang, G. S. S., & Daulay, M. Y. I. (2023). Pengaruh Brand Love Dan Brand Identification Terhadap Purchase Intention Melalui Self Congruity Sebagai Variabel Mediasi. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukmadinata, N. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosadakarya.
- Surveyandini, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Karita Muslim Square Purwokerto. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 277. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.320>
- Syandana, D. A., & Dhania, D. R. (2024). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(3), 691-705

- Tri Adiyuniarsih, F., Santyo Rusandi, D., & Sumelvia Dewi, A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan pada Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Belanja Online Shopee Mahasiswa UKM PSM Umi Kulsum. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Trinanda. (2023). No Title.
- Uswatun Chasanah, & Muhammad Mathori. (2021). Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, Dan Norma Subyektif Pada Marketplace Di Yogyakarta. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(2), 231–255. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.012.2.03>
- Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero:Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Purwaningsih, A. G., & Nurhadi. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Gender Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 159–167.
- Sesurya, S. A., Suryanto, & Rini, A. P. (2019). Perilaku Konsumtif pada Laki- laki “ Zaman Now ” Pengguna Aplikasi “ Online Shop ” dalam Membeli Barang di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Psikologi Sosial 2019 Psikologi Sosial Di Era Revolusi Industri 4.0: Peluang & Tantangan, October*, 277–284. <https://www.academia.edu/download/78690273/Sinatrya-Ardhana.pdf>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A