

## DAFTAR PUSTAKA

- Azakirah. (2019). Efektivitas Layanan BKP Melalui Pendekatan *Cognitive Behaviour Therapy* (CBT) Dalam Mengurangi Kecanduan Menggunakan Media Sosial Media Kelas XI IPS di SMAN 4 Kota Solok. iainbatusangkar.
- Dewy, T. S., Juniawan, H., & Fitriani, F. (2023). Pengaruh Konseling Kelompok *Cognitive Behavioral Therapy* (CBT) Terhadap Tingkat Kecanduan Gadget Pada Remaja Usia 12-16 Tahun di SMPN 8 Satap Mantewe Kabupaten Tanah Bumbu Tahun 2022. *Dunia Keperawatan: Jurnal Keperawatan dan Kesehatan*, 63-72.
- Rizky, m. (2023). Efektifitas Pendekatan *Cognitive behavioral therapy* (CBT) untuk Educatum: *Jurnal Literasi Pendidikan*, 265-280. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Wibowo, R. E., Santoso, J. T. B., & Widiyanto, W. (2020). Pengaruh praktik kerja industri, prestasi belajar dan motivasi memasuki dunia kerja terhadap kesiapan kerja siswa kelas xi SMK. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 147-155.
- PUTRI, T. A. (2022). "HUBUNGAN ANTARA SELF CONTROL DAN KECERDASAN EMOSI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PRODUK FASHION"(Studi pada Remaja Akhir Putri yang Berstatus Mahasiswa UIN Suska Riau) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Sabkti, R. (2019). Hubungan intensitas penggunaan media sosial (jejaring sosial) dengan kecenderungan narsisme dan aktualisasi diri remaja akhir (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Amita, A., & Akhmad, I. (2023). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PRODUK FAMYS CONCEPT STORE PEKANBARU. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 2(3), 137-149.
- Neviyarni, G. R., Marjohan, M., Ifdil, I., & Afdal, A. (2023). Konseling Kelompok Realita untuk Meningkatkan Identitas Diri Pengguna

- Aplikasi TikTok. *Journal on Education*, 5(3), 5980-5989.
- Harahap, S., & Sukma, D. (2023). Urgensi Keterampilan *Techniques Listening* melalui Konseling Kelompok untuk Meningkatkan Hasil Belajar. *Journal on Teacher Education*, 4(4), 467-475.
- Afrinda. (2020). Analisis Pengaruh Materialism Happiness. 8–26.
- Andre Yulianto. (2020). Pengaruh Harga Diri Terhadap *Impulsive Buying*. 9–21. Christanto, E. I., & Haryanti, S. S. (2021). *Impulsive Buying Behavior Pada Konsumen Online*. The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018 “Pemberdayaan Dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital,” 362–374. [www.gsicommerce.com/news\\_events/](http://www.gsicommerce.com/news_events/)
- Corey, G. (2006). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*.
- Erina, T. &. (2019). Penerapan Konseling Kelompok Dengan Strategi *Reframing* Untuk Meningkatkan Motivasi Siswa Mengikuti Pelajaran Di Kelas Di SmpNegeri 1 Kandat. 01.
- Ferdina Nur. (2019). Pengaruh Konseling Kelompok Dengan Teknik *Reframing* Untuk Mengubah Sudut Pandang Negatif Peserta Didik Terhadap Guru Bimbingan Konseling Kelas XI Sekolah Menengah Atas.
- Firman Wahyudi. (2020). Urgensi Teknik *Reframing* Dalam Mediasi Perceraian. 1–6.
- Harahap, D. A., Bandung, U. I., Amanah, D., & Indonesia, U. P. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. May. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Lestari, R., Helmi Hammam Wicaksono, Kirana Hayu Kinanthi, & Safina Salsabilla. (2022). Konseling Kelompok untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Panti. *Abdi Psikonomi*, 3(2000). <https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.517>
- Ma'rifatunnisa. (2023). Layanan Konseling Kelompok Dengan Teknik *Reframing* Untuk Motivasi Berwirausaha Pada Korban Kekerasan Dalam Rumah Tangga di APPS Sragen (Bidang Kerajinan Tangan Dan Kuliner).
- Merdin Uygur, E. (2019). *Consumer Impulsive Buying Tendency Scale Development Using Mixed Methodology*. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 125–141.

<https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2018.6/2.125-141>

- Ngafifi, M. (2022). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Novia & Harmon. (2019). Faktor Penentu Perilaku *Impulsive Buying* Pada FashionBusiness Di Kota Bandung Oleh: Novia MH & Harmon Politeknik Negeri Bandung. 2(3), 121–133.
- Nursalim. (2023). Teknik *Reframing* dalam Bimbingan Rohani Islam. *Molucca Medica*, 11 (April). 13-45.
- Oliver, J. (2019). Pengaruh Lonlines Terhadap Pembelian Tidak Terencana. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prananda, T., & Christiana, E. (2020). Meningkatkan Kepercayaan Diri Melalui Layanan Konseling Individu Dengan Teknik *Reframing*. *Bimbingan Konseling*, 1(1), 11–21.
- Rauf, U. A., Sinring, A., Latif, S., & Sosial, T. (2023). Penerapan Teknik *Reframing* dalam Konseling Kelompok sebagai Solusi Meningkatkan Toleransi Sosial Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Pare-Pare. 3(4), 43–51.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2019). Konseling Kelompok. Definisi, Tujuan, dan Manfaat Konseling Kelompok. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2(980–510), 12–26.
- Santiria, S., Syarifuddin, S., & Harlina, H. (2019). Penerapan Layanan Konseling Kelompok Pada Siswa Terisolir Kelas X Di Sma Negeri 1 Indralaya Utara. *Jurnal Konseling Komprehensif: Kajian Teori Dan Praktik Bimbingan DanKonseling*, 4(1), 14–22.
- Surveyandini, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Impulsive Buying* Pada Konsumen Karita Muslim *Square Purwokerto*.5(1),277–281. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.320>
- Sutisna. (2020). Konsep E-Commerce. 21–69.
- Virgiawan & Dra.Titin. (2021). Penerapan Strategi *Reframing* Untuk Meningkatkan Kemampuan Berfikir Positif Siswa Kelas X APK-2 SMKN 1 Surabaya.

- Waluyo & Yulfan. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? 15(3), 319–338.
- Wardhana, A. (2022). Teori Perilaku Konsumen; Konsumsi Perilaku konsumen. Penerbit Media Sains Indonesia, 1, 1–8.
- Yandri, H., Rahayu, G., Suhaili, N., & Netrawati, N. (2022). Kebermaknaan Konseling Kelompok dalam Menanggulangi Masalah Kehidupan. *Indonesian Journal of Counseling and Development*, 4(2), 59–69. <https://doi.org/10.32939/ijcd.v4i2.1526>