



Keefektifan Konseling Kelompok dengan Teknik *Reframing* untuk Mereduksi Perilaku *Impulsive Buying*

Rahmatia Putri Diah Harum Anggraeni ✉, Universitas PGRI Madiun

Rischa Pramudia Trisnani, Universitas PGRI Madiun

Suharni, Universitas PGRI Madiun

✉ rahmatiap7@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah konseling kelompok dengan teknik *reframing* efektif untuk mereduksi perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan penelitian *literature riviw*, *literature review* yaitu uraian tentang teori, temuan, dan bahan penelitian yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas dari perumusan masalah yang diteliti. Jenis penulisan yang digunakan. Peneliti merangkum, membuat analisis, dan melakukan sintesos secara kritis dan mendalam dari literatur- literatur sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya konseling kelompok teknik *reframing* mampu memberikan pemahaman terkait pentingnya pembelian secara rasional sehingga dapat mereduksi perilaku *impulsive buying*. Artinya perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi jika individu membeli suatu barang dengan pemikiran yang rasional dan berdampak pada rasa penyesalan yang dikaitkan dengan masalah keuangan.

Kata kunci: *Impulsive Buying*, Konseling Kelompok, Teknik *Reframing*



PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi semakin pesat. Setiap orang memiliki pemahaman yang baik mengenai internet dan fungsinya. Internet memberikan kontribusi besar dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan sektor lainnya (Ngafifi, 2022). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kempa (2020) yaitu perkembangan internet juga membawa dampak pada perekonomian. Salah satu pemanfaatan teknologi internet yang sering digunakan oleh individu. Maraknya *e-commerce* di Indonesia menjadi *trend* baru yang disebabkan oleh beberapa faktor yakni efisien waktu dan mudah dilakukan dimana saja. Namun, kenyataan dilapangan banyak sekali kasus *impulsive buying* yang terjadi,

Impulsive buying adalah pembelian yang dilakukan seseorang secara spontan, segera, terburu-buru, tidak terefleksi, didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap produk serta dipengaruhi oleh stimulus (Sumarwan, 2019). Remaja ingin selalu tampil dalam keadaan yang menarik dan menjadi pusat perhatian bagi lingkungan sekitarnya, baik dalam ciri khas berpakaian, gaya rambut, berdandan, dan dalam bertingkah laku (Savitrie, 2019). Perilaku *Impulsive Buying* bisa juga dipicu oleh lingkungan dan teman bergaul, seperti ikut-ikutan teman melakukan hal yang kurang bermanfaat hanya karena gengsi, seperti membeli barang yang tidak dibutuhkan sehingga bisa menyebabkan pemborosan (Luthfiah, 2022).

Menurut Sumarwan (2019) *impulsive buying* adalah pembelian yang dilakukan seseorang secara spontan, segera, terburu-buru, tidak terefleksi, didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap produk serta dipengaruhi oleh stimulus, Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2000) *Impulsive buying* adalah salah satu perilaku pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan (*habitual decision making*).

Pembelian impulsif dapat dijelaskan sebagai dorongan untuk membeli sesuatu yang tiba-tiba, tanpa ada niat atau rencana, bertindak atas dorongan tanpa mempertimbangkan tujuan jangka panjang atau cita-cita. Pembelian impulsif didefinisikan sebagai tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko (Afrinda, 2020).

Sejalan dengan pendapat Rizqiyah (2023) yang mengemukakan bahwa *impulsive buyng* diartikan sebagai pembelian tidak terencana yang terjadi secara spontan karena munculnya dorongan yang kuat mengenai suatu produk, sehingga pembelian berdasarkan *impulsive* tersebut cenderung terjadi dengan adanya perhatian dan mengabaikan konsekuensi negatif.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku *impulsive buying* merupakan tindakan secara spontan atau disebut juga dengan pembelian yang tidak rasional, yang dilakukan individu untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan instan dengan mengabaikan konsekuensi setelah melakukan perilaku *impulsive buying*. Maka perlu diselenggarakan layanan bimbingan dan konseling untuk membantu peserta didik. Layanan yang diselenggarakan dalam mengatasi *impulsive buying* adalah dengan layanan konseling kelompok salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk membantu konseli dalam mereduksi perilaku *impulsive buying* yaitu *cognitive behavior therapy*.

Pelaksanaan konseling kelompok diperlukan teknik yang tepat untuk dapat membantu peserta didik dalam mereduksi perilaku *impulsive buying*. Salah satu teknik yang dapat diterapkan dalam mengatasi permasalahan *impulsive buying* adalah dengan menggunakan teknik *reframing*. Teknik *reframing* adalah salah satu teknik yang ada didalam pendekatan perilaku kognitif, teknik ini memberikan suatu sudut pandang yang baru terhadap konseli dengan harapan agar konseli yang diberikan sudut pandang baru mampu bertindak atau melakukan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya.

Reframing adalah pembingkai ulang sebuah kejadian dengan cara mengubah sudut pandang tanpa mengubah kejadian itu sendiri. Pada dasarnya *reframing* bekerja berdasarkan premis bahwa masalah perilaku dan emosi berasal dari bagaimana kejadian atau peristiwa itu dilihat (Nursalim, 2023).

Teknik *reframing* digunakan dalam penelitian ini agar mengubah cara pandang siswa yang irasional menjadi rasional dengan memberikan bingkai ulang sebuah peristiwa dengan

bingkai yang lain agar siswa bisa memahami makna positif dari peristiwa tersebut, sehingga pikiran irasional.

Peneliti memilih *cognitive behavior therapy* karena memiliki tujuan untuk membantu konseli dengan membuang pikiran dan keyakinan buruk pada konseli, untuk kemudian diganti dengan konstruksi pola pikir yang lebih baik dalam permasalahan perilaku *impulsive buying*. Pada dasarnya *reframing* bekerja berdasarkan premis bahwa masalah perilaku dan emosi berasal dari bagaimana kejadian atau peristiwa itu dilihat (Nursalim, 2023).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *literature review*, yaitu dimana peneliti mengkaji secara kritis gagasan yang terdapat di dalam literatur untuk topik tertentu, yang mana memberikan output terhadap data yang ada, serta penjabaran dari suatu penemuan sehingga dapat dijadikan suatu contoh untuk kajian penelitian dalam menyusun atau membuat pembahasan yang jelas dari isi masalah yang akan diteliti. Peneliti mencari data atau bahan literatur dari jurnal atau artikel dan juga referensi dari buku sehingga dapat dijadikan suatu landasan yang kuat dalam isi dan pembahasan, kemudian disimpulkan menjadi artikel “keefektifan konseling kelompok dengan teknik *reframing* untuk mereduksi perilaku *impulsive buying*”.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian dilakukan dengan menganalisis 10 jurnal terkait keefektifan konseling kelompok dengan teknik *reframing* untuk mereduksi perilaku *impulsive buying* sebagai berikut :

Tabel 1. Keefektifan Konseling

Nama penulis	Tahun	Judul	Hasil
Aanisaturahmah ‘Aziza, Dini Rakhmawati, Ismah	2024	Pengaruh Layanan Konseling Kelompok dengan Teknik <i>Self Management</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI MA Nurul Islam Tenganan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh perhitungan uji paired T test, diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,750 an 0,751 pada masing-masing uji maka, Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya ada pengaruh konseling kelompok dengan teknik <i>self management</i> terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI MA Nurul Islam Tenganan.
Aisyah Dewi	2022	Efektivitas Konseling Kelompok Melalui Teknik <i>Cognitif Behavior Therapy</i> (CBT) Dalam Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung	Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumtif pada seorang santri mahasiswi di Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung adalah proses konseling kelompok dengan pendekatan <i>cognitive behavior therapy</i> untuk menurunkan perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Sunan Kalijogo dikatakan efektif, menurut hasil penelitian bimbingan dan konseling islami dengan CBT pada santri di Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.
Aryani Ayu	2019	Efektivitas Konseling Kelompok Menggunakan <i>Cognitive Behavior Therapy</i> Untuk Menurunkan	Hasil penelitan menunjukkan teknik <i>cognitive behavior therapy</i> untuk menurunkan prilaku <i>impusive buying</i> kelas IX B SMP Negeri 3 Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa

		Prilaku <i>Impulsive Buying</i> Pada Peserta Didik Di SMPN 3 Bandar Lampung Tahun 2019/ 2020	hasil perhitungan rata-rata skor prilaku <i>impulsive buying</i> sebelum mengikuti layanan konseling kelompok dengan teknik <i>cognitive behavior therapy</i> sebesar 83,8 dan setelah mengikuti layanan konseling kelompok dengan teknik <i>cognitive behavior therapy</i> sebesar 31,5 dengan skor peningkatan 52,3 dari hasil uji <i>wilcoxon</i> menggunakan program SPSS.
Hanifaturrohmah, Z., & Widyarto, W. G	2022	Pengaruh Konseling Kelompok Dengan Teknik <i>Self Management</i> Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMAN 2 Trenggalek	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh konseling kelompok dengan teknik <i>self management</i> terhadap penurunan perilaku konsumtif. Dibuktikan dari kelompok eksperimen yang mendapatka sebuah perlakuan menunjukkan adanya penurunan pada nilai rata-rata hasil <i>post-test</i> perilaku konsumtif.
Cahya, Anita Kurnia Dwi	2018	Pengaruh Konseling Kelompok Dengan Teknik <i>Self Management</i> Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Siswa (Penelitian pada Siswa Kelas IX SMP Negeri 1 Mertoyudan, Kab. Malang)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konseling kelompok dengan teknik <i>self management</i> berpengaruh untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa kelas IX E SMP Negeri 1 Mertoduyan T.A
Yati, Elita Yessy, & Afriyati Vira	2019	Pengaruh Layanan Konseling Kelompok Dengan Teknik Kontrak Perilaku Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa BK UNIB	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> dengan uji <i>wilcoxon</i> menunjukkan $p < 0,05$. Ini berarti terdapat pengaruh layanan konseling kelompok dengan teknik kontrak perilaku terhadap perilaku konsumtif dalam membeli produk <i>fashion</i> .
Sayyidati Fatihatul Mawa dan Iwan Fahri Cahyadi	2021	Pengaruh harga, online customer review, rating terhadap minat beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017	Hasil analisis regresi linier berganda secara simultan variable harga, online customer review dan rating berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dibuktikan dengan nilai <i>t</i> -hitung sebesar 3,362.
Istiqlal Arfin Hatta	2019	Hubungan Kontrol Diri Dengan <i>Impulsive Buying</i>	Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan <i>impulse buying</i> pada mahasiswa. Semakin tinggi kontrol diri maka akan

			semakin rendah tingkat impulse buying individu tersebut.
Zaroh Septiani	2014	Penerapan Konseling Behavioral Dalam Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Akutansi 4 SMK dr. Soetomo Surabaya	Hasil penelitian ini menunjukkan dari uji wilcoxon menunjukkan $T_{hitung} = 0$. Bila nilai taraf signifikasi 5% dan $N = 7$ maka diperoleh nilai $T_{tabel} = 2$ yang artinya $T_{hitung} < T_{tsbel}$. Sehingga dapat dikatakan penerapan konseling behavioral dapat menurunkan tingkat kecenderungan perilaku konsumtif siswa kelas X Akutansi 4 SMK dr. Soetomo Surabaya
Darmawan, Muthia Kamila Putri	2023	Bimbingan Konseling Islam pendekatan <i>Cognitive Behavior Therapy</i> Dalam Meminimalisir Perilaku Konsumtif Siswa	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya karakteristik perilaku konsumtif yang dialami siswa, serta bimbingan konseling islam pendekatan CBT efektif dan mampu meminimalisir perilaku konsumtif siswa.

Berdasarkan hasil *literature riview*, pembelian impulsif adalah fenomena psikologis di mana individu melakukan pembelian tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang. Secara keseluruhan, pembelian impulsif adalah fenomena yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, lingkungan, karakteristik individu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan Konseling Kelompok dengan Teknik *Reframing* untuk mereduksi perilaku *impulsive buying*.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengetahui apakah penerapan konseling kelompok dengan teknik reframing efektif untuk menurunkan perilaku *impulsive buying* siswa. Hasil penelitian ini secara umum menemukan bahwa konseling kelompok dengan teknik *reframing* dapat menurunkan *impulsive buying*. Dimana *impulsive buying* dapat diubah dengan 1) meningkatkan kesadaran diri 2) membuat anggaran dan rencana keuangan 3) fokus pada tujuan keuangan jangka Panjang 4) meminta dukungan dari orang terdekat 5) mencari kegiatan untuk menggantikan dorongan berbelanja 6) pemikiran yang rasional.

Setelah meriview dari penelitian terdahulu, berikutnya hasil riview akan dilakukan pembahasan. Berdasarkan hasil *literature riview* yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa menunjukkan ada penurunan perilaku *impulsive buying* pada siswa setelah diberikannya perlakuan melalui konseling kelompok teknik *reframing*. Maka dapat disimpulkan bahwa Konseling Kelompok dengan Teknik *Reframing* Efektif untuk Mereduksi Perilaku *Impulsive Buying*.

Hasil penelitian ini sesuai dalam penelitian yang dilakukan Aisyah Dewi (2022) bahwa pendekatan *cognitive behavior therapy* merupakan yang mampu menuntun konseli mengidentifikasi dan dan mengubah pola negatif atau tidak membantu, dengan beberapa aspek penting dari *cognitive behavior therapy* pemahaman dan pikiran, penggantian pikiran negatif, perubahan perilaku, penyelesaian masalah untuk individu tantangan dalam kehidupan sehari-hari. Jadi dengan menggunakan konseling kelompok teknik *reframing* dapat meningkatkan pemahaman akan dirinya dan pikirannya dari hasil konflik kognitif yang dirasakan individu.

Penelitian Darmawan Muthia (2023) mengungkapkan bahwa adanya karakteristik konsumtif yang dialami siswa, serta bimbingan konseling pendekatan *cognitive behavior therapy* efektif dan mampu meminimalisir perilaku konsumtif siswa.

SIMPULAN

Perilaku *impulsive buying* adalah pembelian yang dilakukan oleh seseorang tanpa direncanakan sebelumnya dan terjadi secara spontan ketika melihat suatu produk yang sering didorong oleh dorongan emosional seperti kesenangan, keinginan menghilangkan stress atau suatu kebiasaan. Faktor internal dan eksternal yang membuat perilaku *impulsive buying* terjadi pada era globalisasi ini, perilaku *impulsive buying* dapat menjadi masalah jika tidak dikelola dengan baik, karena dapat menimbulkan masalah keuangan dan rasa penyesalan, oleh karena itu pentingnya membangun pikiran yang rasional untuk membangun kesadaran dalam berbelanja. Artinya perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi jika individu memiliki pemikiran yang rasional ketika membeli suatu barang, sehingga dengan adanya pemikiran rasional perilaku *impulsive buying* akan berkurang.

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. *Eductum: 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).
- Sabekti, 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/
- 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 Smp Negeri 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 Fashion Business 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. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Oliver, J. (2019). Pengaruh Lonlines Terhadap Pembellian 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 Konseling. *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 Dan Konseling*, 4(1), 14–22.
- Surveyandini, M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse 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. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perilaku+konsumen+muslim&ots=-VFp8Lz8oQ&sig=qBPGbhGmgJGP_eg-qGsPRR-uEc0
- 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>

