

DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. (1985). Three Coefficients for Analyzing the Reliability and Validity of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131–142. <https://doi.org/10.1177/0013164485451012>
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Ayuni, A., Suharso, P., & Sukidin. (2019). Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 58. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10421>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi* (Edisi II). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Betancourt, H., & Lopez, S. R. (1993). *The study of culture, ethnicity, and race in American Psychology*. 629–637. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.6.629>
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Luantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Crocker, L., & Algina, J. (2008). *Introduction to Classical & Modern Test Theory* (Ohio). USA: Cengage Learning Pub.
- Daryanto. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Konsumen Traveloka). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 56(1)*, 155–163.
- Dhaliwal, A. (2016). Effect of Advertisement on Consumer Buying Behavior. *International Journal of Scientific Research and Management*, 4(9). <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v4i9.09>
- Djuwitaningsih, E. W. (2019). *Perubahan Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Tenaga Kerja Wanita (TKW) Purna*. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/>

- Durmaz, Y. (2014). The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey. *Asian Social Science*, 10(6). <https://doi.org/10.5539/ass.v10n6p194>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (p. 338). Jakarta: Rajawali Pers.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2013). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *SSRN Electronic Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2357953>
- Fauziah, M. A., & Handayani, S. (2020). Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-Commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 76–83. <https://doi.org/10.17977/UM014v13i12020p076>
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.29210/02017182>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–67.
- Gitosudarmo, I. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11, 50.
- Hafiz, M. P. A. (2018, November 30). *Free Ongkir Jadi Promosi e-Commerce Paling Favorit*. Marketeers - Majalah Bisnis & Marketing Online - Marketeers.Com. <https://marketeers.com/free-ongkir-jadi-promosi-e-commerce-paling-favorit/>
- Hamdan, H. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 2(2), 68–75. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v2i2.2238>
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi*.
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh Uang Saku, Locus Of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Soedjarwo & Istiwidayanti (Trans.); 5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Juanda, M. (n.d.). *APJII: Pengguna Internet Capai 171 Juta | Komite*. Komite.Id. Retrieved May 14, 2020, from <https://www.komite.id/2019/05/18/apjii-pengguna-internet-capai-171-juta/>
- Kambiz, H., & Hanzaee. (2011). The impact of culture on luxury consumption behaviour among Iranian consumers. In *Article in Journal of Islamic Marketing*.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, L., & Tsai, C. I. (2014). How Price Promotions Influence Postpurchase Consumption Experience over Time. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 943–959. <https://doi.org/10.1086/673441>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2). <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4). <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Mahrurnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer Conformity through Money Attitudes toward Adolescence's Consumptive Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 30. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.163>
- Media, K. C. (n.d.). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita Halaman all*. KOMPAS.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif* (pp. 1–7). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulyani, R., Thomas, P., & Widiyanto. (2018). The Influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior. *24 JEE*, 7(1), 24–30.
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2018). Use Of Online Shop In Instagram In Women's Consumptive Behavior In Jakarta. *Majalah Ilmiah Bijak*, 15(2), 115–126. <https://doi.org/10.31334/bijak.v15i2.200>

- Prawirosentono, S. (2012). *Manajemen Produksi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. 121–134. <https://doi.org/jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>
- Priyanto, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Ramadhan, A., & Simanjuntak, M. (2018). Hedonic Buying Behavior in Generation Z: The Effects of Marketing Promotion, Reference Group and Self-Concept. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 11(3), 243–254. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243>
- Rangkuti, F. (2012). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia.
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Konsumen Online Shop Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94–97.
- Riyadi, S., & Pritami, D. (2018). The Impact Of Financial Literacy, Consumptive Behavior And M Banking Services On Savings Management. *International Journal of Advanced Research*, 6(10), 88–94. <https://doi.org/10.21474/ijar01/7789>
- Roach, M. ., & Eicher, J. . (1979). *The Language of Personal Adornment dalam J.M Cordwell dan R.A Scharz (The Fabric of Culture)*. The Hague: Mouton.
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Prenadamedia Group Kencana.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Di Samarinda. *Psikoborneo*, 7(2), 2477–2666.
- Sholihin, A. I. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silvia, F., Fauzi D H, A., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 14(1).
- Simamora, B. (2014). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sukendri, N. (2017). Perbedaan Perilaku Belanja Antara Mahasiswa dan Mahasiswi di STAH Negeri Gde Pudja Mataram. *Jurnal Distribusi*, 5(1), 73–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/distribusi.v5i1.30>
- Suparti, S. (2016). Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives. *International Education Studies*, 9(3), 114. <https://doi.org/10.5539/ies.v9n3p114>
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Uma Sekaran. (1992). *Instructor's resource guide with test questions and transparency masters to accompany Research methods for business second edition*. Wiley.
- Vidhya, B., & Ramesh, M. (2017). Influence of Promotional Mix on Consumer Buying Behavior of Natural Cosmetic Products. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(11), 23–27. <https://doi.org/10.9790/487X-1911042327>
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1). <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p05>
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–99.