

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Ikhtiarti, G. A. (2022). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Farmasi Universitas Uhammadiyah Purwokerto Pada Masa Pandemi Covid-19. *PSIMPHONI*, 1(2), 46-51.
- Arifin, M. (2021). Pengaruh kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(1), 45-52.
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi universitas pasir pengaraian. *HJMB*, 2(1), 107-118.
- Astuti, R. M. (2016). Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Chita, R. D. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*, 3(1), 297-302.
- Dewa Nyoman Yogananda Saputra, D. P. (2021). Peran Citra Tubuh Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Kosmetik Pada Siswi Sekolah Menengah Atas Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Konseling*, 18(1), 910-925.
- Edelman. (2022, Juli 11). Edelman. Retrieved from Trust Barometer Brands Social Media Special Full Report: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Trust_Barometer_Brands_Social_Media_Special_Full_Report.pdf
- Estetika, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak.
- Fitriani, A., & Hidayat, T. (2024). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif merchandise K-Pop pada remaja akhir. *Jurnal Psikologi Remaja*, 11(1), 45-58.
- Fitriani, A., & Santoso, B. (2023). Impulsive buying di era digital: Peran paparan

- media sosial dan rasionalitas konsumen. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 9(2), 112-125.
- Fitriyani, N. W. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 55-68.
- Gunawan, R., & Kristiani, D. (2024). Konstruksi norma kelompok teman sebaya melalui adopsi tren media sosial. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 12(1), 34-48.
- Hariyanti, N. T. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(01), 133-146.
- Hidayat, T., & Lestari, S. (2024). Fenomena fear of missing out (FoMO) dan konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Perilaku dan Dinamika Sosial*, 6(3), 201-215.
- Jingjing Yang, D. Z. (2022). Destination endorsers raising on short-form travel videos: Self-image construction and endorsement effect measurement. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 101-112.
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *EQUILIBRIUM Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(1), 61-70. DOI: 10.25273/equilibrium.v6i1.2186.
- Kusuma, H. (2022). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan gaya hidup konsumtif siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 120-132.
- Kusuma, H., & Wardani, K. (2022). Literasi keuangan sebagai penentu perilaku konsumsi rasional remaja. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 150-163.
- Lestari, O. (2018). Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 5(1), 1-10.
- Nugroho, A. (2022). Intensitas mengakses konten influencer dan dampaknya terhadap gaya hidup mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(4), 310-322.

- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2018). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk fashion bermerek pada siswa SMAN 3 Semarang. *Jurnal Empati*, 7(2), 425-428. (Catatan: Entri ganda atas nama "Alief Imam Nugroho" telah dihapus dan disatukan ke format ini).
- Nugroho, A., & Santoso, B. (2023). Urgensi literasi media digital dalam membentengi remaja dari budaya konsumen di era siber. *Jurnal Komunikasi Massa*, 16(2), 210-223.
- Pratama, Y. (2023). Efek multiplikasi tekanan teman sebaya dan komunikasi pemasaran digital pada keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 89-101.
- Pratama, Y., & Lestari, S. (2023). Peran pemengaruh (influencer) mikro dalam membangun loyalitas kelompok fandom di Instagram. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 7(3), 175-188.
- Pratiwi, M., & Utami, T. (2022). Hubungan antara kebutuhan akan pengakuan (need for approval) dengan perilaku konsumtif remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), 143-155.
- Purnomo, H., & Setiawan, A. (2023). Dinamika sosial dan paparan media sebagai prediktor perilaku konsumtif remaja akhir. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 14(1), 76-88.
- Putri, N. K., & Wardani, K. (2024). Budaya fandom K-Pop dan perilaku konsumsi simbolis pada siswa SMA. *Jurnal Sosiologi Perilaku*, 9(2), 89-102.
- Putri, N., & Rahmawati, E. (2024). Komodifikasi estetika dan citra kesuksesan oleh social media influencer di Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 8(2), 175-189.
- Ramadhan, F. (2023). Alokasi uang saku untuk pembelian merchandise idola: Studi kasus perilaku konsumtif pelajar. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, 18(4), 312-325.
- Ramadhan, F., & Wijaya, C. (2023). Peran influencer media sosial sebagai agen sosialisasi konsumen di era digital. *Jurnal Media dan Kebudayaan*, 5(1), 12-27.

- Sadewa, M. A., & Ariani, L. (2022). Pengaruh gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pandohop*, 2(1), 34-41.
- Sania Sofianita, H. (2015). Pengaruh teman sebaya (peer group) terhadap imitation behavior pembelian aksesoris pada remaja (Studi pada siswi SMA Negeri 11 Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2). Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12054>.
- Saraswati, D. (2022). Konstruksi identitas penggemar K-Pop melalui kepemilikan merchandise eksklusif. *Jurnal Kajian Budaya Populer*, 5(1), 34-47.
- Sari, D. P., Handayani, R., & Wahyuni, S. (2021). Strategi adaptasi identitas sosial melalui konsumsi simbolis pada kelompok mahasiswa. *Jurnal Sosiologi dan Antropologi*, 13(3), 210-224.
- Solihat, A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1-13. doi:10.23969/oikos.v2i1.915.
- Sudarisman, H. S. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53-61.
- Widayanti, N., & Sri, M. A. (2021). Pengaruh pergaulan teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi semester VIII Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 5(1), 14-21. DOI: <https://doi.org/10.23969/oikos.v5i1.3024>.
- Wulandari, S., Handayani, R., & Wahyuni, S. (2021). Stimulasi visual media sosial dan kecenderungan impulsive buying merchandise pada generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 13(3), 202-215.
- Wulandari, S., & Saputra, M. (2023). Sinergi konformitas teman sebaya dan paparan influencer dalam memicu perilaku belanja online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 340-352.