

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, U. K., & Anam, S. (2017). Fenomena geng santri (pengaruh konformitas kelompok teman sebaya terhadap perilaku positif dan negatif geng santri di pondok pesantren). *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 13(1), 98-125.
- Andreas, S. (2002). *Transforming your self; becoming who you want to be*. Loveland: Real People Press.
- Anggraini, A.P. (2019, 9 Desember). Kasus harley di Garuda, mengapa banyak orang suka barang mewah?. Kompas.com. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2019/12/09/071200765/kasus-harley-di-garuda-mengapa-banyak-orang-suka-barang-mewah-?page=all>
- Arbaini, N. (2017). Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa (studi pada mahasiswa Fisip Universitas Riau yang kecanduan berbelanja pakaian). *Jom FISIP*, 4(1), 1-11.
- Ardiyanti, N. (2017). *Peran penting konsep diri dalam membentuk track record*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Dionegoro. *Jurnal Empati*, 6(1), 332-337.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2018). *Reabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzarah, P. N. A., Misbahuddin, Bahri, S. (2020). Perilaku hedonisme mahasiswa di Trans Studio Mall Makassar. *Jurnal Washiyah*, 1(2), 447-464.
- Baron, R. A., & Bryne, D. (2005). *Psikologi sosial edisi kesepuluh jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Briliandita, A., & Putrianti, F. G. (2015). Hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme pada mahasiswi psikologi UST Yogyakarta. *Jurnal SPIRITS*, 5(2), 45-49. doi:10.30738/spirits.v5i2.1065
- Calhoun, J. F., & Acocella, J.R. (1995) *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan*. Alih bahasa: Prof. Dr. Ny.R.S Satmoko. Semarang: IKIP Press.

- Carr, A. (2004). *Positive psychology; the science of happiness and human Strengths*. New York: Brunner-Routledge.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen* (6th ed). Alih Bahasa: Budiyo. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja (studi pada siswa kelas XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 1(2), 1-7.
- Fitriyani, N., Widodo.P.B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50-65.
- Gymnastiar, Z. A. (2018). Konsep diri dan gaya hidup pada remaja yang gemar kongko di Palembang. Skripsi. Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya Indralaya.
- Hadi, S. (1974). *Statistik*. Yogyakarta : Andi.
- Hanifah, E. F. (2018). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer behaviour: building marketing strategy*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hurlock, E.B. (1998). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan, edisi kelima*. Alih Bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock. E. B. (2007). *Psikologi perkembangan anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Karmila, R., Ananda, A., & Indrawadi, J. (2018). Pengaruh media sosial dan konsep diri terhadap gaya hidup siswa SMAN 3 Kota Solok. *Jurnal Civics*, 15(2), 120-125.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). KBBI daring. Diakses 2 Februari 2021 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya%20hidup>

- Kornberger, M. (2010). *Brand society: how brands transform management and life style*. New York: Cambridge University Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008) .*Prinsip-prinsip pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Alih bahasa: Sabran, B. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107-118.
- Latief. (2013, 10 Juli). Belajar sebagai gaya hidup mahasiswa. Kompas.com. Diakses dari <http://edukasi.kompas.com/read/2013/07/10/1419239/Belajar.sebagai.Gaya.Hidup.Mahasiswa>.
- Lato, M. A. P., & Kusumadewi (2018). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(3), 1-6.
- Lee, J. W. (2009). Relationship between consumer personality and brand personality as self-concept: from the case of Korean automobile brands. *Academy of Marketing Studies Journal*, 13(1), 25-44.
- Lydia., & Jatmika, D. (2018). Pengaruh konsep diri terhadap intensi membeli produk bermerek pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psibernetika*, 11(1), 21-30.
- Manjasari, F. (2017). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. *PSIKOSAINS*, 12(1), 9-20.
- McNeal, J. U. (2007). *On becoming a consumer : development of consumer behavior patterns in childhood*. USA: Elsevier.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (1998). *Consumer behavior*. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River.
- Murtiana, E. (2017, 13 Januari). Realitas mahasiswa koleksi barang branded. lpminstitut.com. Diakses dari <http://www.lpminstitut.com/2017/01/realitas-mahasiswa-koleksi-barang.html> pada tanggal 8 Maret 2020.
- Myers. D. G. (2012). *Psikologi sosial social psychology edisi 10 buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nastiti, D. A. (2017). Hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif. *Psikoborneo*, 5(4), 472-478.

- Naz, U. (2015). Impact of consumer self concept and consumer life style on luxury goods purchases: a case of female in karachi. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 18(1), 1-7.
- Nurfadiah, R. T., & Yulianti, A. (2017). Konformitas dengan keercayaan diri pada remaja komunitas pecinta korea di Pekanbaru. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 212-223.
- Ohy, G., Kawung, E.J.R., & Zakarias, J.D. (2020). Perubahan gaya hidup sosial masyarakat pedesaan akibat globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Holistik*, 1(3), 1-16.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697.
- Pranoto, P., & Mahardayani, I.H. (2010). Perilaku konsumen remaja menggunakan produk fashion bermerek ditinjau dari kepercayaan diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, 1(1), 9-14.
- Prasetyo, Y. (2017). Gaya hidup dan *shopping addiction*. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 6(2), 121-128.
- Putri, S. M. S. S. (2018). Makna gaya hidup “brand minded” pada konsumen sosialita. (*IDEA*) *Jurnal Humaniora*, 1(1), 14-26.
- Rahmayanthi, Z. R. (2017). Konformitas teman sebaya dalam perspektif multikultural. *Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 1(1), 71-82.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Pusda Karya.
- Redaksi Cakrawala. (2018, 18 Februari). Mahasiswa bergaya, ternyata nyuri barang bernerek. Cakrawala Informasi Nusantara. Diakses dari <https://cakrawala.co/mahasiswa-bergaya-ternyata-nyuri-barang-bermerek/>.
- Rohmah, L. N. (2019). Pengaruh instagram online store dan konformitas terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 7(3), 526-532.
- Ruhadi., & Herlina. (2013). Dampak keberadaan kedai kopi bagi IPK mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Serambi Ilmu*, 14(2), 106-118.
- Santoso, D. A., & Brahmana, R. K. M. R. (2019). Pengaruh brand authenticity terhadap brand attachment, brand love dan consumer emotional well being pada konsumen high luxury brands products di Surabaya. *Agora*, 7(2), 1-6.

- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2011). *Child development perkembangan anak edisi 11 jilid 2*. Alih Bahasa: Rachmawati & Kuswanti. Jakarta: Erlangga.
- Sari, D. N. (2015). Perbedaan gaya hidup mahasiswa ditinjau dari status ekonomi dan jenis kelamin pada mahasiswa jurusan manajemen ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman. *eJournal Psikologi*, 2(3), 338-347.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. *PSIKOBORNEO*, 7(2), 165-179.
- Sarwono, S. W. (2001). *Psikologi remaja*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, S.W, & Meinarno, E.A. (2015). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Safitri, R. M. (2018). *Modul praktikum: Mata kuliah praktikum analisis data*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Sears D. O., L.Freedman J., & Peplau L.A. (1994). *Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Solichah, N., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 6(3), 1-8.
- Stallen, M., Smidts, A., & Sanfey, A. G. (2013). Peer influence: Neural mechanisms underlying in-group conformity. *Frontiers in Human Neuroscience*, 7, Article 50. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2013.00050>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen : teori dan penerapannya dalam pemasaran edisi kedua*. Bogor : Ghalia Indonesia.

- Suminar, E. & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145-152.
- Sammut, T., & Bonnici. (2015). Brand and branding. *Wiley Encyclopedia of Management*, 12. doi: 10.1002/9781118785317.weom120161
- Surya, F. A. (1999). Perbedaan tingkat konformitas ditinjau dari gaya hidup pada remaja. *Psikologika*, 3(7), 64-72.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup). *Jurnal JIBEKA*, 7(2), 1-6.
- Sutriati., Kartikowati, S., & Riadi, R. M. (2018). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial FKIP Universitas Riau. *JOM FKIP*, 5(1), 1-10.
- Tang, Jie., Wu, Sen., & Sun, Jimeng. (2013). *Confluence: conformity influence in large social networks*. KDD'13: USA, 347-355.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial edisi kedua belas*. Jakarta: Kencana.
- Toth, M. (2014). *The role of self concept in consumer behavior*. Las Vegas: University of Nevada.
- Tran, E., Balas, A. N., Shao, C. Y., Dubinsky, A. J., & Jackson., L. (2014). Influence of brand differential on motivation to conform and manufacturer versus store brand purchase intention. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 9(1), 12-23.
- Yusuf, S. (2004). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Widyajayanti, N. P. M. D., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2017). Peran self-brand connection dalam memediasi pengaruh kredibilitas endorser terhadap brand equity pada brand guess. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(6), 3342-3369.
- Windayani, S., & Astiti, D. P. (2020). Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 96-108.
- Wijokongko, Y. (1995). *Peran gaya hidup dalam riset konsumen*. Semarang : Pranata Universitas Katolik Soegijapranta.

- Wilcox, K., Kim, H. M., & Sen, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit luxury brands?. *Journal of Marketing Research American Marketing Association*, 46(2), 247-259.
- Windayani, S., & Astuti, D. P. (2020). Peran konformitas dan gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 96-108.