

DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020). Sindrom Fear of Missing Out sebagai gaya hidup milenial di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4), 166-177.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131-140.
- Annas, M. (2023). *Hubungan persepsi kualitas produk dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada pembelian produk mod 3d di game bussid* [Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Walisongo]. Repositori UIN Walisongo. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21915/>
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Darsono, S. N. C., Rizarda, M. & Johari S. M. (2025). Fenomena paylater di kalangan mahasiswa: gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonism sebagai pemicu perilaku konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1).
- Deviyanti, N., & Jannah, M. (2022). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada atlet mahasiswa. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3), 13-22.
- Dewanti, D. E., Wangi, M. S., & Itasari, A. A. (2022). Pengaruh konformitas dan iklan pada shopee *flash sale* terhadap keputusan pembelian produk *skin care the body shop*.
- Diana, D. (2019). Hubungan body image dengan perilaku konsumtif kosmetik pada remaja putri. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 433–440.
- Hafiza, N. (2024). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *CORE*.

- Hasanah, P. (2010). *Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif produk kecantikan pada remaja putri di SMA Labschool UPI Bandung* [Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia]
- Hermawan, E. S. S., & Rinawati, R. (2025). Fenomena FoMO dalam Perilaku Konsumtif Berburu Produk Kosmetik Hanasui di TikTok. *Prosiding Bandung Conference Series: Public Relations, Universitas Islam Bandung*.
- Hurlock, E. B. (1992). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Irfatin, L. & Abdurrohman. (2021). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pembelian produk skincare scarlett pada mahasiswi di Unissula. *PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi*, 3.
- Izzaty, R.K., dkk. (2008). *Perkembangan peserta didik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Julita, E., Idwal, B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03) <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Khafida, A. A., & Frieda, (2020). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal Empati* 8(3), 106-110
- Khumaira. (2018). *Hubungan Antara Harga Diri, Citra Tubuh dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Konsumen Perawatan Kecantikan*. skripsi thesis.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107-118.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 5-13.

- Malau, H. B. A., & Asriwandari, H. (2025). Perilaku konsumtif dalam menggunakan produk skincare pelajar jurusan kecantikan SMK Negeri 3 Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(10.C), 175-189. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13040>
- Mardhatilla, G. (2025). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada TikTok Shop Ceilo Official)*. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur. <https://repository.upnjatim.ac.id/36349/>
- Munir, I. S. (2025). *Pengaruh Body image terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik pada Mahasiswi dengan Uang Saku Bulanan sebagai Variabel Moderator* [Skripsi, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung]. Repositori UIN SATU
- N. (2025). Fenomena doom spending (perilaku konsumtif) di kalangan remaja : kajian dari teori schacter – singer. *Humanika*, 32 (2), 145-156. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/humanika>
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- Nasir, P. C., & Sriyono, S. (2022). Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 1-13. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i2.67>
- Nugraha, D. D. S. (2019). *Self-discrepancy dan perilaku konsumtif membeli make up serta skincare secara online pada mahasiswi* [Skripsi, Universitas Negeri Semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/35043/>
- Nurhamidah, N., Lubis, D. S., & Sari, I. (2025). Pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan pendidikan terhadap pola konsumsi (Studi kasus pada masyarakat

Dusun II Simpang Tiga). *Jurnal Dividen*, 1(2), 79–92. <https://doi.org/10.36908/dividen.v1i2.1722>

Nurhasanah A. I. (2024). *Hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.

Nurmalia, G., Wulan, M. N., & Utamie, Z. R. (2024). Gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif pada gen z di Bandar Lampung: keputusan pembelian melalui marketplace shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(1), 22-32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>

Panjaitan, S. M., & Mapaung, N. (2023). Pengaruh penggunaan shopee paylater dan promo harbolnas (hari belanja online nasional) terhadap impulse buying pengguna shopee di kota Medan. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 479-496. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>

Penelitian Universitas Ahmad Dahlan. (n.d.). *Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Produk Kosmetik pada Siswa Remaja Putri*. Koleksi Penelitian, Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Purwandari, D. A., & Hidayat, A. N. (2024). Pola konsumsi produk skincare berdasarkan sosial & budaya remaja putri (studi deskriptif di SMK Negeri 15 Jakarta). *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(2), 211-230. <https://doi.org/10.55606/cendikia.v4i2.2918>

Ramadhani, S., & Putri, K. A. S. (2024). Gen Z's impulse buying behavior of skincare product: The role of FOMO, celebrity endorser and hedonism. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, *8*(2).

Ritongga, L. S., & Adiyati, R. P. (2022). Pengaruh gaya hidup hedonis dan self-esteem terhadap perilaku konsumtif pada remaja di Surabaya. *Buletin Riset*

Psikologi dan Kesehatan Mental, 2(1), 476-485. <http://ejournal.unair.ac.id/BRPKM>

RRI.co.id. (2026, May 23). Fenomena "Doom Spending": Pelarian Stres Finansial Gen Z lewat Belanja Impulsif.

Sakti, D. P. B., Mulyono, E. H., & Brigita, D. C. (2023). Pengaruh selebgram endorsement terhadap perilaku konsumtif remaja untuk melakukan pembelian produk emina di kota mataram. *JURNAL RISET PEMASARAN JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MATARAM*, 2(2).

Salsabila, F. (2024). Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Skripsi, IPB University*.

Salsabila, F. (2024). Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Skripsi, IPB University*.

Salsabila, F. (2024). Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Skripsi, IPB University*.

Sancahya, A. A. G. A., & Susilawati, L. K. P. A. (2014). Hubungan antara dukungan sosial keluarga dengan *selfesteem* pada remaja akhir di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(3), 440-450.

Saputri, M. R. *Hubungan body image dengan perilaku konsumtif produk kecantikan pada mahasiswi uin ar-raniry banda aceh*. Skripsi. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal. *Psikoborneo*, 7(1), 37-46

Septiansari, D. & Handayani, T. (2021). Pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di masa pandemi covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53-65.

- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Sutinah, N. P., & Putri, N. (2024). Consumptive behavior of urban adolescent girls in using skincare products. *Journal of International Women's Studies*, 26(4).
- Tagala, M. (2018). *Psikologi Industri dan organisasi*. RajaGrafindo Persada
- Vidiana, S., & Sudarmiati, S. (2021). Gambaran body image remaja putri saat pubertas. *Avicenna: Journal of Health Research*, 4(2), 21-28. <https://doi.org/10.36419/avicenna.v4i2.527>
- Yadnya, I. D. G. S. A., & Warastuti, D. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja di Jakarta: studi mengenai interaksi online, pengaruh endorsement, dan dampak psikologis. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science*, 1(5), 250~260.
- Yulianti, A. & Hardiansyah. M. A. (2023) Analisis perilaku konsumtif remaja dalam kehidupan masyarakat di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep. Kecamatan Ciruas). *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 6(1), 292-299.
- Yusa, V. D., Aswin, & Pratisi, C (2023). Pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi z pada pembelian kosmetik madame gie. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 2023 Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*, 3 Agustus 2023.
- Zap Beauty Index. (2024). Survey Zap Beauty Index 2024. https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf.