

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, M. A., Munawarah, R., Aini, N., Purwati, P., & Muhliansyah, M. (2019). Pendekatan Transpersonal Sebagai Tindakan Preventif “Domino Effect” Dari Gejala Fomo (Fear Of Missing Out) Pada Remaja Milenial. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v6i1.2361>
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4694>
- Anggraini, & Santhoso. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Ari dan Rikah. (2020). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE GENERASI MILENIAL*. 2019(2132), 235–238.
- Armelia Yola, A. I. (2021). *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Abstract : Human needs always change according to the demands of the times , college students consume goods and services to meet their daily needs . College student income can come fr*. 4(3), 418–426.
- Bachdar, S. (2018). *Generasi Milenial Masih Pembelanja Online Terbesar di Indonesia*. Marketeers.Com. <https://www.marketeers.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Bucknell Bossen, C., & Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. *Young Consumers*, 21(4), 463–478. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>
- C, I. S., & Erdiansyah, R. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Prologia*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8074>
- Dyandramitha Alessandrina. (2021). *Populix Bagikan Insight Menarik Seputar*

- Generasi Z*. Marketeers.Com. <https://www.marketeers.com/populix-bagikan-insight-menarik-seputar-generasi-z/>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Ginee. (2021). *Gen Z Hobi Shopping Dominasi Pengguna Internet di Indonesia*. Ginee.Com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-internet-indonesia/>
- Jaciow, M., & Wolny, R. (2021). New technologies in the ecological behavior of generation Z. *Procedia Computer Science*, 192(2019), 4780–4789. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.256>
- Khatib, F. (2016). The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Kirandita, P. (2017). *Fesyen Gen Z: Minggir Seleb Teve, Selebgram Panutan Kami*. Tirto.Id. <https://tirto.id/fesyen-gen-z-minggir-seleb-teve-selebgram-panutan-kami-ctPP>
- Lubis, A. R., Fachrizal, F., & Lubis, M. (2017). The Effect of Social Media to Cultural Homecoming Tradition of Computer Students in Medan. *Procedia Computer Science*, 124, 423–428. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.173>
- Lutfiyah, L. (2020). *Pengaruh brand image, media sosial dan gaya hidup*

*hedonisme terhadap minat belanja online: studi kasus pada mahasiswa Uinsa Surabaya.* <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43551>

- Mafaza, I. (2020). PENGARUH KONSEP DIRI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang). *Endocrine*, 9(May), 6. [https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids%0Ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student\\_user\\_guide\\_for\\_spss.pdf%0Ahttps://www.ibm.com/support%0Ahttps://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt\\_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.n](https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids%0Ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0Ahttps://www.ibm.com/support%0Ahttps://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.n)
- Mangoloi, B. Z. (2019). *Gambaran perilaku konsumtif pembelian sepatu pada remaja.*
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496)
- 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.
- Philip. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z Di Surabaya. *Agora*, 7(2), 287113. <https://www.neliti.com/id/publications/287113/pengaruh-gaya-hidup-terhadap-keputusan-pembelian-dengan-perilaku-konsumtif-sebag#cite>
- Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>
- Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.

- Qurniawati, Y. (2018). eWOM PADA GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(2), 70–80.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 243–254. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243>
- Robinson, V. M., & Schänzel, H. A. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 127–141. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2019-0014>
- Silalahi. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Open Journal System*, 3(2), 191–200.
- Siti Koeriah. (2020). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA ELECTRONIC MONEY DI BANDAR LAMPUNG*. 1, 105–112.
- Sugianto, D. (2020). *Lebih Parah dari Milenial, Gen Z Generasi Paling “Boros.”* Detikfinance.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5312779/lebih-parah-dari-milenial-gen-z-generasi-paling-boros>
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>
- Thoumrungroje, A. (2014). The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(November 2012), 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wibisono, C. (2019). PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA BERDASARKAN SOSIAL DEMOGRAFI, PENERANGAN KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5, Issue 2).
- Yosepha Pusparisa. (2019). *96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>