

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba. Empat. Jakarta
- Ahmed, N., Farooq, O., Iqbal, J., Zakariya, B., & Ali, M. (2014). The relationship among vanity trait, shopping values & compulsive buying: An evidence from university shoppers. *European Journal of Business and Management*, 6(28), 160-170.
- Aisyahrani, A. I. B., Handayani, L., Dewi, M. K., & Muhtar, M. (2020). A Concept of Materialism and Well-Being. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 9(1), 62-68.
- Akseleran. (2021,3,29) akseleran.co.id: <https://www.akseleran.co.id/blog/definisi-sukses/#:~:text=Manusia%20dapat%20dikatakan%20sukses%20apabila,kehidupan%20orang%20lain%20dan%20dunia>.
- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina Pada Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 27(1).
- Ananda, A. N., Jamiat, N., & Pradana, M. (2021). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTEREST IN NATURE REPUBLIC. *International Journal of Management (IJM)*, 12(3).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris Ananda (2014), *Kreatifitas Untuk Booming*, Jakarta, Grasindo
- Baumann, C., Hamin, & Chong, A. (2015). The role of brand exposure and experience on brand recall—Product durables vis-à-vis FMCG. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21-31.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of competitiveness*, 8(3).
- berkeluarga.id. (2021, juni 15). Retrieved from <https://berkeluarga.id/2021/06/15/7-ciri-ciri-orang-boros-cek-apa-kamu-salah-satunya/>
- Bina, J. (2018, 7 11). How To Be Different, Not Better. Retrieved from Medium: <https://medium.com/concept-bureau-insights/how-to-be-different-not-better-5292f3210376>
- birumerdeka.com.(2017,September,8).<https://www.birumerdeka.com/detailpost/perspektif-mahasiswa-dan-kerja-part-time>
- Chen-Yu, J., Cho, S., & Kincade, D. (2016). Brand perception and brand repurchase intent in online apparel shopping: An examination of brand experience, image congruence, brand affect, and brand trust. *Journal of Global Fashion Marketing*, 30-44.
- Choi, J., & Kim, S. (2016). Is the smartwatch an IT product or a fashion product? A study on factors affecting the intention to use smartwatches. *Computers in Human Behavior*, 63, 777-786.
- CNN Indonesia. (2017, jan 16). Retrieved from [cnnindonesia.com: cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170115213150-277-186454/sneakers-sepatu-pengerek-status-sosial](http://cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170115213150-277-186454/sneakers-sepatu-pengerek-status-sosial)

- detik.com*. (2021, Desember, 31). <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d5878792/mengapa-perasaan-menyosal-suka-muncul-setelah-berbelanja-ini-jawabannya>
- Dwi Santy, R. (2015). The Big Five Personality Influences and Consumer Materialism against Purchasing Impulsive (Survey on Mall visitors in Bandung city). ICo-ApICT 2015.
- economy.okezone.com*. (2017, januari 1). Retrieved from <https://economy.okezone.com/read/2017/01/01/320/1580733/7-hal-ini-sering-membuat-wanita-menyosal-setelah-belanja>
- Ekonomi Kompas. (2017, desember 12). Retrieved from [ekonomi.kompas.com: https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/12/110000826/3-alasan-mengapa-orang-membeli-barang-barang-mahal?page=all](https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/12/110000826/3-alasan-mengapa-orang-membeli-barang-barang-mahal?page=all)
- Elliot, C. (2018, 1 18). Are You Training Your Customers to Wait to Buy Your Product Cheaper? Retrieved from Zimmer Marketing: <https://info.zimmermarketing.com/blog/are-you-training-your-customers-to-wait-to-buy-your-product-cheaper>
- Eloise, M. (2021, 11 19). How Do I Stop Caring If People Like Me? Retrieved from Refinery29: <https://www.refinery29.com/en-gb/2019/11/8533975/why-dont-people-like-me>
- elsamara.id*. (2020, desember 11). Retrieved from <https://elsamara.id/belanja-kebutuhan-atau-keinginan/>
- Evelina, N., Handoyo, D. W., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fitriyah, L. (2016). Jangan Terlalu Materialistik! Materialisme Sebagai Tolak Ukur Kepuasan Hidup. *PSIKOVIDYA*, 20(1), 1-8.
- Garðarsdóttir, R. B., & mar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 471-481.
- Getman, P. (2020, 3 2). 7 Reasons Why Brands Matter To Your Consumers. Retrieved from Tiny Bull Agency: <https://tinybullyagency.com/7-reasons-why-brands-matter-to-your-consumers/>
- Gramedia. (2022, juni 25).from [gramedia.com: https://www.gramedia.com/best-seller/merk-sepatu-branded/](https://www.gramedia.com/best-seller/merk-sepatu-branded/)
- Gramedia. (2022, juni). [gramedia.com: https://www.gramedia.com/best-seller/merk-sepatu-terkenal-di-indonesia-dan-di-dunia/](https://www.gramedia.com/best-seller/merk-sepatu-terkenal-di-indonesia-dan-di-dunia/)
- gramedia.com*. (2021, Agustus).from <https://www.gramedia.com/best-seller/hidup-sederhana/>
- Gribbin, E. A. (2014). Body shape and its influence on apparel size and consumer choices. *Designing Apparel for Consumers*, 3-16.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*.Erlangga.Jakarta.
- Hadi, P., & Sumarto. (2012). Pentingnya Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol.10*.

- Handayani, T., & Tanjung, Y. (2017). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/view,470>.
- Hartono, Jogyanto. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi: Edisi Ketujuh*. BPFE. Yogyakarta.
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh brand image dan brand trust Terhadap brand loyalty TELKOMSEL. *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3, 923-937.
- Hays, W. L., 1969. *Quantification in Psychology*. New Delhi: Prentice Hall of India Private Limited.
- Hidayah, D. (2020, March). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1), 24-31.
- <https://www.topbrand-award.com/>, 2022
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*.
- [id.wikihow.com](https://id.wikihow.com/Membuat-Orang-Terkesan). (2019, september 29). Retrieved from <https://id.wikihow.com/Membuat-Orang-Terkesan>
- [ifac.or.id](https://www.ifac.or.id/kebutuhan-atau-keinginan-kenali-dulu-sebelum-membeli/). (2019, februari 12). Retrieved from <https://www.ifac.or.id/kebutuhan-atau-keinginan-kenali-dulu-sebelum-membeli/>
- Iffan, M., & Soegoto, H. S. (2014). Pengaruh Iklan, Endorser, dan Display terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di JG Motor Ujungberung Bandung). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Unikom*, 2(2), 70-81.
- Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022, January). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang. In *FORUM EKONOMI* (Vol. 24, No. 1, pp. 170-176).
- In 4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019) (pp. 710-716). Atlantis Press.
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457-466.
- ini-cara-mengukur-kesuksesan-diri-yang-sebenarnya*. (2021, maret 2). Retrieved from [kerjamimpi.id: https://www.kejarmimpi.id/ini-cara-mengukur-kesuksesan-diri-yang-sebenarnya-124.html](https://www.kejarmimpi.id/ini-cara-mengukur-kesuksesan-diri-yang-sebenarnya-124.html)
- Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- jeda.id.com. (2017, oktober 12). Retrieved from ww.jed.id.com

- Jeon, H. G., Kim, C., Lee, J., & Lee, K. C. (2021). Understanding E-Commerce Consumers' Repeat Purchase Intention: The Role of Trust Transfer and the Moderating Effect of Neuroticism. *Frontiers in Psychology*.
- Jessica, J., Medinal, M., & Manullang, R. R. (2021). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, VANITY SEEKING DAN MATERIALISM TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA KECANTIKAN (STUDI KASUS PADA KIMLY AESTHETIC CLINIC DI PANGKALPINANG). *Jurnal Niaga Bisnis Elektronik*, 1(1), 28-34.
- jogja.tribunnews.com. (2021, november 22). Retrieved from <https://jogja.tribunnews.com/2021/11/22/lima-merek-sepatu-yang-digandrungi-kaum-mileneal?page=2>
- Kemenag. (2021, 3 24). Jangan Terlalu Cepat Menilai Orang Lain. Retrieved from Kementerian Republik Agama Indonesia: <https://kemenag.go.id/read/jangan-terlalu-cepat-menilai-orang-lain>
- kerjamimpi.id. (2019, maret 13). Retrieved from <https://www.kejarmimpi.id/ini-cara-mengukur-kesuksesan-diri-yang-sebenarnya-124.html>
- koinworks.com. (2019, juni 14). Retrieved from <https://koinworks.com/blog/cara-melakukan-quality-test-bisnis-sepatu/>
- Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/15/130000765/apa-itu-flexing-ramai-disebut-di-media-sosial-dan-apa-tujuannya-?page=all>
- Kompasiana.(2022).kompasiana.com:<https://www.kompasiana.com/alifandofla/5d3193050d8230794773b303/wajarkah-jika-kita-menyukai-produk-branded>
- Kompasiana.(2021)https://www.kompasiana.com/03_fajrunnazilah0454/61af2bce06310e6e432f01e3/alasan-pentingnya-menjaga-penampilan-dikalangan-pemuda-milenial#:~:text=Saat%20kita%20berpenampilan%20rapi%2Csopan,penampilan%20ia%20gunakan%20cocok%20buatnya.
- kompasiana.com.(2014,01.17).<https://www.kompasiana.com/desisachiko/552e4f866ea8343c438b4593/jangan-heran-kenapa-wanita-suka-belanja>
- Lifestyle Kompas. (2019, januari 23). Retrieved from [lifestyle.kompas.com: https://rakyatku.com/read/125782/cara-memilih-sepatu-berkualitas-lihat-merek-kulit-atau-harganya](https://rakyatku.com/read/125782/cara-memilih-sepatu-berkualitas-lihat-merek-kulit-atau-harganya)
- lifestyle.co.id. (2020, juli 14). From <https://lifestyle.kontan.co.id/news/kenapa-kebanyakan-wanita-suka-belanja-ini-lima-alasannya>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas produk pada kepuasan konsumen dimoderasi oleh loyalitas (study kasus pada lipstick Wardah). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 97-111.
- Manafe, J. D. (2022). PENGARUH MATERIALISME, SPIRITUALITAS DAN PERILAKU BERHEMAT TERHADAP KELEBIHAN BERHUTANG. STUDI PADA APARATUR SIPIL NEGARA DI KOTA KUPANG. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 292-297.
- Maridjo, H., & Amelia, P. (2020). Pengaruh Vanity Seeking, Purchase Experience, Dan Celebrity Endorser, Pada Minat Beli Ulang Dengan Sikap Terhadap Laneige Sebagai

- Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)*, 3(2), 160-180.
- MasDayat. (2021, april 28).from <https://www.masdayat.net/2021/04/masyarakat-cenderung-membeli-suatu.html>.
- MauCash. (2020). Retrieved from maucash.id.
- Modal Rakyat. (2020, Jan 10).from <https://www.modalrakyat.id/blog/definisi-sukses-menurut-orang-orang-sukses>
- MuslimaHops. (2021, agustus 1). From <https://muslima.hops.id/khazanah/pr-3042154080/tidak-perlu-iri-melihat-kesuksesan-yang-diraih-orang-lain>
- my-best.id. (2022, februari 1). Retrieved from <https://my-best.id/139284>
- Narimawati, Umi. (2010) *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Genesis.
- Nigg, B., Baltich, J., Hoerzer, S., & Enders, H. (2015). Running shoes and running injuries: mythbusting and a proposal for two new paradigms: ‘preferred movement path’ and ‘comfort filter’. *British Journal of Sport Medicine*.
- Oktavia, Liendah F. 2016. “Pengaruh Brand Image, vanity Seeking, Materialism, dan kelompok acuan terhadap Minat Beli Ulang Jasa Kecantikan” Tesis. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggaraong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).
- PERMONO, S. B. (2018). IDENTITY TRIUMPHED OVER UTILITY, IMAGE OVER FUNCTION: The Influence of Dimension of Materialism dan Brand Engagement in Self-Concept towards Attitude Toward Shopping on Undergraduate Student of Brawijaya University Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- [pikiran-rakyat.com](https://www.pikiran-rakyat.com). (2022, agustus 13). Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/khazanah-islam/pr-012389818/hukum-pamer-dan-membanggakan-diri-dalam-islam>
- [popmama.com](https://www.popmama.com). (2021, februari 18). From <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/bernadine/alasan-kenapa-mama-harus-memiliki-sepatu-sneakers/1>
- Povy Amelia, H. M. (2020). PENGARUH VANITY SEEKING, PURCHASE EXPERIENCE, DAN CELEBRITY ENDORSER, PADA MINAT BELI ULANG DENGAN SIKAP TERHADAP LANEIGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*.
- Pradipta, D. A. A. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12), 253856.

- Prawira, M. Y., Butarbutar, M., Sherly, S., & Nainggolan, L. E. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Coffee TIME and Seafood Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(2), 48-60.
- Prayatno, D. 2011. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, Yogyakarta:Medikom, h. 24.
- Purnomo1, A. N. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN BBQ MOUNTAIN BOYS BURGER BANDUNG. *e-Proceeding of Management*.
- Purwanto, Erwan Agus dan Sulistyastuti, Dyah Ratih. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif (untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial)*. Cetakan kedua. Gava Media. Yogyakarta.
- Rajagukguk, S. (2017, 2 6). *Enam Tahap Dalam Proses Pembelian Yang Dilakukan Oleh Konsumen*. Retrieved from Subiz: <https://subiz.com.vn/blog/enam-tahap-dalam-proses-pembelian-oleh-konsumen.html>
- Rakyatku. (2018, november 1). From <https://rakyatku.com/read/125782/cara-memilih-sepatu-berkualitas-lihat-merek-kulit-atau-harganya>
- Rebecca. (2021). *Menurut kemenag.go.id (2021) seseorang pasti memiliki keburukan dan walaupun terdapat keburukan dalam penampilan tetapi lebih baik*. Retrieved from Minimalism Made Simple: <https://www.minimalismmadesimple.com/home/shallow-person/>
- review.bukalapak.com. (2020,Des,23). <https://review.bukalapak.com/fashion/wah-ini-5-macam-sneakers-yang-sedang-tren-dan-wajib-kamu-punya-53229>
- review.bukalapak.com. (2022, April 22).From <https://review.bukalapak.com/mens-style/merk-sepatu-pria-murah-berkualitas-97846>
- Rodriguez, C. (2021, 8 19). Do Looks Matter in a Relationship? Retrieved from PsychCentral:<https://psychcentral.com/blog/do-looks-matter-in-a-relationship>
- Rodriguez, L. (2015, 2 20). Focus on better health, not improved appearance. Tampa Bay Times: <https://www.tampabay.com/news/health/focus-on-better-health-not-improved-appearance/2218359/>
- sains.kompas.com.<https://sains.kompas.com/read/2009/06/13/17140926/~Perempuan~Beranda>
- Sari, F. M. (2019, 9 15). Jangan Buru-Buru Beli Barang Mahal, Pikirkan Dulu Hal Ini.<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4058311/jangan-buru-buru-beli-barang-mahal-pikirkan-dulu-hal-ini>
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10-21.
- Segran, E. (2020, 7 2). *Buying expensive stuff doesn't make us happy. Harvard researchers explain why*. <https://www.fastcompany.com/90461269/buying-expensive-stuff-doesnt-make-us-happy-harvard-researchers-explain-why>

- Shopback. (2017, agustus 25). <https://www.shopback.co.id/katashopback/wajib-punya-8-sepatu-kanvas-yang-hits-di-kalangan-anak-muda>
- Siti Suryani, S. S. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Journal of BUSINESS STUDIES*.
- Solihin, R., & Imaningsih, E. S. (2021). THE IMPORTANCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE CONSCIOUSNESS, CUSTOMER VALUE AND BRAND IMAGE TOWARDS PT SOPHIE PARIS INDONESIA'S REPURCHASE INTEREST WHICH INTERVENED BY ATTITUDE VARIABLES. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(2), 287-300.
- suara.com.(2022,03,21)<https://www.suara.com/news/2022/03/21/114902/bagaimana-hukum-pamer-kekayaan-menurut-islam-ini-jawaban-ustadz-adi-hidayat>
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2012. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Bandung: Alfabeta.
- Suharsini Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- surabayapagi.com. (2021, oktober 21). <https://surabayapagi.com/read/jenisjenis-dan-manfaat-sepatu-safety>
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.
- Tambunan, M. A., & Indriani, F. (2017). DAMPAK MATERIALISM VALUE DAN INFORMASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK DONASI (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Tempo.co. (2020). Retrieved from Tempo.co.
- Times Indonesia. (2016, desember 20). Retrieved from timesindonesia.co.i: <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/139005/alasan-mengapa-kita-harus-tetap-berpenampilan-menarik>
- Umi, Narimawati., Sri Dewi, Anggadini., Linna, Ismawati. (2011), *Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama*, Genesis. Pondok Gede, Bekasi.
- USS Fed. (2020, March 13). Retrieved from ussfeed.com: <https://ussfeed.com/sepatu-converse-di-indonesia/se0/5/>
- Wang, E. S. (2013). The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*.

- Wang, P. Z., & Waller, D. S. (2006). Measuring consumer vanity: A cross-cultural validation. *Psychology & Marketing*, 23(8), 665-687.
- Wijaya, A. P., & Yuniarinto, A. (2015). Pengaruh Hedonisme dan Materialisme Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(1).
- Winatha, R. G., & Sukaatmadja, I. (2014). Pengaruh sifat materialisme dan kecanduan internet terhadap perilaku pembelian impulsif secara online. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 751-69.
- wolipop.deti.com. (2017, Mei 16). Retrieved from <https://wolipop.detik.com/sale-and-shop/d-3502375/penelitian-membuktikan-belanja-tidak-bisa-bikin-orang-bahagia>
- Workman, J. E., & Lee, S. H. (2011). Vanity and public self-consciousness: a comparison of fashion consumer groups and gender. *International Journal of Consumer Studies*, 35(3), 307-315.
- yoursay.suara.com.(2022).[ttps://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/05/05/144712/5-alasan-seseorang-suka-pamer-di-media-sosial-salah-satunya-karena-obsesi](https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/05/05/144712/5-alasan-seseorang-suka-pamer-di-media-sosial-salah-satunya-karena-obsesi)
- Yurika, N., & Hartini, S. (2020). Luxury Brand Purchase Intention Of Luxury Cosmetic Products With The Influence Of Trait Of Vanity As Moderating Variables. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6).
- Zahra, M. (2022, 2 8). *5 Alasan Mengapa Kamu Tidak Boleh Menilai Orang Hanya dari Penampilan*. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/mutia-zahra-4/5-alasan-kamu-tidak-boleh-menilai-orang-dari-penampilannya-c1c2?page=all>
- Zainal Asikin, D. (2018). HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN MATERIALISME PADA MAHASISWA (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).