

Daftar Pustaka

- A'yuni, Q., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Identitas, Nilai, Dan Aktivitas Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Butik Dian Pelangi Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Abdul Hakim. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Di Kecamatan Segah. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 3(2), 31–38. <https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.8>
- Adinata, T. P., & Noviandari, H. (2020). Lifestyle Relationship and Conformity With Consumptive Behavior in Adolescents in Banyuwangi City Province of East Java. *Sosioedukasi Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 9(1), 1–9.
- Adiputra, R., & Moningka, C. (2012). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Psibernetika*, 5(2), 76–90.
- Afriana, R. A., & Fijriana, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Karyawan Hapeworld Banjarmasin). *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 16–27.
- Aisyah, I. N., Setiawan, M., & Sunaryo. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(4).
- Akkaya, M. (2021). Understanding the impacts of lifestyle segmentation & perceived value on brand purchase intention: An empirical study in different product categories. *European Research on Management and Business Economics*, 27(3), 100155. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100155>
- Alfian, R., & Putra, P. M. A. (2017). Jurnal Ilmiah Ibnu Sina, 2 (2), 176-183 Riza Alfian. *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 2(September), 176–183.
- Arunadevi, P., & Anandarajan, S. (2016). Consumer behaviour towards lifestyle marketing-issues and concepts. *Asia Pacific Journal of Research*, 2(Xxxvii), 202–207.
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Azlina, A., Lestari, M. T., & Ali, D. S. F. (2015). *PENGARUH AKTIVITAS PADA INSTAGRAM TERHADAP SIKAP MAHASISWI PENGGUNA INSTAGRAM DI BANDUNG (STUDI PADA INSTAGRAM FASHION BLOGGER SONIA ERYKA)*. 2(2), 2229–2236.
- Barata, D. D. D. (2010). Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, II(1), 46.

- Bergquist, M., & Nilsson, A. (2019). The DOs and DON'Ts in social norms: A descriptive don't-norm increases conformity. *Journal of Theoretical Social Psychology*, 3(3), 158–166. <https://doi.org/10.1002/jts5.43>
- Brahmkshatriya, J. (2020). “A Lifestyle Segmentation Approach towards Eco Tourism with the Use of AIO Approach.” *Mukt Shabd Journal*, IX(Vi), 61–73.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF REMAJA TERHADAP PAKAIAN. *Jurnal Spirits*, 2(1), 1–14.
- Claidie're, N., & Whiten, A. (2012). Integrating the study of conformity and culture in humans and nonhuman animals. *Psychological Bulletin*, 138(1), 126–145. <https://doi.org/10.1037/a0025868>
- D.C, M. (2013). Hubungan Konformitas Remaja dan Identitas Sosial dengan Brand Loyalty Pada Merk Starbucks Coffee Surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), 1–15.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Manajemen dan Bisnis*.
- Dihni, V. A. (2022). *Ini Deretan Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online>
- Dwi Santy, R., & Mirna Zulianti, M. (2019). Can Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions Influence The Visitors Interest in Buying at Department Stores in Bandung? *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 225(Icobest), 258–262. <https://doi.org/10.2991/icobest-18.2018.56>
- Ekonomi.bisnis.com. (2022). BI Catat Nilai Transaksi E-Commerce Tembus Rp401 Triliun pada 2021. *Ekonomi Bisnis*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220127/9/1494047/bi-catat-nilai-transaksi-e-commerce-tembus-rp401-triliun-pada-2021>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Winiard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 1*. Binarupa Aksara.
- Ernungtyas, N. F., Puspita, R., Suryaningsih, S. I., Amelia, Y. R., Lamini, L., & Hendarrita, Y. (2016). Youth Culture Dan Gaya Busana: Hiper-Realitas Pekerja Muda Perempuan Terhadap Produk Fashion Bermerek Di Jakarta. *Jurnal Nomosleca*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v2i1.379>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan

- Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Farhan, M. (2020). Perancangan Sistem Inventory dan Penjualan Pakaian di Konveksi Aulia Collection. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 1(02), 171–176. <https://doi.org/10.30998/jrami.v1i02.234>
- Ferdiyanto, R. R., & Lestari, S. B. (2021). Fashion Sebagai Identitas Pada Komunitas Punk di Semarang. *Interaksi Online*, 9(2), 75–86.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Handayani, E. R., & Rozali, Y. A. (2015). Hubungan Konsep Diri Dengan Konformitas Anggota Komunitas X Yang Merokok. *Jurnal Psikologi Volume*, 13(2), 33–37.
- Harpepen, A. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon dan Teman Sebaya Terhadap Impulse Buying dalam Pembelian Produk Fashion. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 36. <https://doi.org/10.29300/aij.v8i1.5189>
- Haryanti, S., & Irianto, T. (2011). Libro de actas 2003. *Journal Speed - Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 3(1), 8–14.
- Haryono, P. (2014). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5. *Psikoborneo*, 2(4), 268–273. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3674/2390>
- Hasanah, W., Nurdin, & Rahmawati. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas, Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 43.
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). *Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior*. 02(01), 16–24. <https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Jayani, D. H. (2021). *Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>
- Juniar, A. M., & Jusrianti. (2021). Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Kota Makassar. *Jurnal Emik*, 4(1), 37–51.

<https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.850>

- Kamalina, A. R. (2022). Warga Jawa Barat, Ini Daftar Upah Minimum Kabupaten/Kota per 2022. *Ekonomi Bisnis*. [https://ekonomi.bisnis.com/read/20220619/12/1545261/warga-jawa-barat-ini-daftar-upah-minimum-kabupatenkota-per-2022#:~:text=Ini daftar upah minimum kabupaten%2Fkota \(UMK\) di Jawa,Kabupaten Sukabumi – Rp3.125.444](https://ekonomi.bisnis.com/read/20220619/12/1545261/warga-jawa-barat-ini-daftar-upah-minimum-kabupatenkota-per-2022#:~:text=Ini%20daftar%20upah%20minimum%20kabupaten%20kota%20(UMK)%20di%20Jawa,Kabupaten%20Sukabumi%20%E2%80%93%20Rp3.125.444)
- Kamelta, E. (2013). Pemanfaatan Internet Oleh Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *Clived*, 1(2), 142–146.
- Kanserina. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015*. 5(1).
- Kartajaya, H., Iqbal, M., Alfisyahr, R., Deasyana Rahma Devita, L., & Ismail, T. (2019). Segmenting Islamic fashion lifestyle on Indonesian woman. *Research Journal of Textile and Apparel*, 23(4), 306–322. <https://doi.org/10.1108/RJTA-02-2019-0003>
- Khandelwal, U., Yadav, S. K., Tripathi, V., & Agrawal, V. (2018). E-consumer conformity and its impact on consumer attitude. *Journal of Asia Business Studies*, 12(4), 455–468. <https://doi.org/10.1108/JABS-09-2015-0161>
- Khare, A. (2014). How cosmopolitan are Indian consumers?: A study on fashion clothing involvement. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(4), 431–451. <https://doi.org/10.1108/JFMM-05-2013-0066>
- Ko, E., Kim, E., Taylor, C. R., Kim, K. H., & Kang, I. J. (2007). Cross-national market segmentation in the fashion industry: A study of European, Korean, and US consumers. *International Marketing Review*, 24(5), 629–651. <https://doi.org/10.1108/02651330710828022>
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage, September*, 1–13.
- Kusnandar, V. B. (2021). Mayoritas Perempuan Indonesia Menikah Usia 19-24 Tahun. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/16/mayoritas-perempuan-indonesia-menikah-usia-19-24-tahun#:~:text=Mayoritas perempuan Indonesia melangsungkan perkawinan,menikah pertama di usia tersebut>.
- Lestari, S. B. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 225–238.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>

- Li, G., Li, G., & Kambele, Z. (2012). Luxury fashion brand consumers in China: Perceived value, fashion lifestyle, and willingness to pay. *Journal of Business Research*, 65(10), 1516–1522. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.019>
- Mahrurnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Peer Conformity Through Money Attitudes Toward Adolescence 's Consumptive Behavior*. 30–37.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI. *Jurnal Neo Societal*, 3(2), 433–440.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Mufarrohah, U., & Yuniarti, T. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Motif Hedonic Dan Motif Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–19.
- Myers, D. G. (2013). *Social Psychology Eleventh Edition* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Narimawati, U., Anggadini, S. D., & Ismawati, L. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Genesis.
- Nisa, K., & Rudianto. (2017). Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 105–117.
- Nofriansyah, & Marwan. (2019). *Effect of Self-Concept, Reference Group, Online Shop Social Media, and Lifestyle on Consumptive Behavior of Students*. 97, 538–549. <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.59>
- Park, J. K., & Feinberg, R. (2010). E-formity: Consumer conformity behaviour in virtual communities. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(3), 197–213. <https://doi.org/10.1108/17505931011070578>
- Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 6(4), 195–208.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains*

Manajemen, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>

- Purwanto, N. (2021). Wanita Dan Belanja: Aspek Motivasi Dilihat Dari Sudut Pandang Perilaku Konsumen. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu ...*, 14.
<http://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/view/1812%0Ahttps://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/1812/1172>
- Rahayu, E. E. (2018). Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan dan E-Commerce terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion di Kota Madya Madiun. *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 108–111. <https://doi.org/10.33319/jeko.v7i2.10>
- Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020). Relationship between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents. *Humaniora*, 11(3), 177–182. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v11i3.6567>
- Risnawati, Mintarti, S. U., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Rospita, M., & Agung, I. M. (2020). Identitas Sosial Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Hijabers. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 18(2), 187. <https://doi.org/10.24014/marwah.v18i2.6968>
- Sa'adah, D. N., & Handayani, A. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 3(1), 17. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v1i1.2123>
- Sada, H. J. (2017). Kebutuhan Dasar Manusia dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 213. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v8i2.2126>
- Safitri, C. (2017). Pemahaman Trend Fashion Siswa Kelas Xi Tata. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30738/keluarga.v3i1.1961>
- Salbiah, N. A., & Virdhani, M. H. (2022). Ibu Rumah Tangga Tetap Produktif Lewat Komunitas Hingga Hijab Class. *Jawapos*. <https://www.jawapos.com/lifestyle/24/04/2022/ibu-rumah-tangga-tetap-produktif-lewat-komunitas-hingga-hijab-class/>
- Sari, R. P., & Mujab M, A. (2006). PENGUNGKAPAN DIRI MAHASISWA TAHUN PERTAMA UNIVERSITAS DIPONEGORO DITINJAU DARI JENIS KELAMIN DAN HARGA DIRI. *Jurnal Psikologi*, 3(2), 11–25.
- Semesta, B. (2022). Rincian UMR Sukabumi 2022, Gagal Naik 5 Persen. *Idntimes*. <https://www.idntimes.com/business/economy/seo-intern/rincian-umr-sukabumi-2022-gagal-naik-5-persen?page=all>

- Setiawati, A., & Zulfikar, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Konsumen Merdeka Arcade Factory Outlet). *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(2), 139–146. <https://doi.org/10.34010/jemba.v1i2.5971>
- Soegoto, E. S. (2018). Model Pemetaan Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Pada Toko Arena Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Konsumen. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 33–46. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.996>
- Soegoto, E. S., & Putera, M. H. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 27–35. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i1.215>
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.
- Song, G., Ma, Q., Wu, F., & Li, L. (2012). The psychological explanation of conformity. *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1365–1372. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.8.1365>
- Srihadi, T. F., Hartoyo, Sukandar, D., & Soehadi, A. W. (2016). Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies. *Tourism Management Perspectives*, 19, 32–39. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.03.005>
- Subagio, H. (2012). Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.8-21>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA, CV.
- Suleman, D., Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. (2020). Faktor Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja Di Era 4.0. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v6i1.2422>
- Sumarliah, E., Usmanova, K., Mousa, K., & Indriya, I. (2022). E-commerce in the fashion business: the roles of the COVID-19 situational factors, hedonic and utilitarian motives on consumers' intention to purchase online. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 15(2), 167–177. <https://doi.org/10.1080/17543266.2021.1958926>
- 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. <https://doi.org/10.34010/miu.v17i1.2233>

- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*, *X*(2), 65–85.
- Tanjung, H. S., & Nababan, S. A. (2016). Pengaruh penggunaan metode pembelajaran bermain terhadap hasil belajar matematika siswa materi pokok pecahan di kelas III SD Negeri 200407 Hutapadang. *Jurnal Bina Gogik*, *3*(1), 35–42. <https://www.ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/pgsd/article/view/26>
- Tanjung, R., Arifudin, O., Sofyan, Y., & Hendar. (2020). Pengaruh Penilaian Dan Efikasi Diri Terhadap Kepuasan Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *4*(1), 380–391.
- Toelch, U., & Dolan, R. J. (2015). Informational and Normative Influences in Conformity from a Neurocomputational Perspective. *Trends in Cognitive Sciences*, *19*(10), 579–589. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.007>
- Triningtyas, D. A. (2016). Studi Kasus Tentang Rasa Percaya Diri, Faktor Penyebabnya Dan Upaya Memperbaiki Dengan Menggunakan Konseling Individual. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *3*(1). <https://doi.org/10.25273/counsellia.v3i1.239>
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, *4*(3), 548–559.
- Waty, R. N. (2015). Pengaruh Sikap Terhadap Produk Fashion dan Disonansi Kognitif pada Pengambilan Keputusan Pembelian pada Mahasiswa di Kota Bontang. *Motiva*, 1–16.
- Widiyanti, N. made W., Sara, I. M., Aziz, I. S. A., Darma, K., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). THE EFFECT OF FINANCIAL LITERATURE, ELECTRONIC MONEY, SELF-CONTROL, AND LIFESTYLE ON STUDENT CONSUMPTION BEHAVIOR. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *02*(01), 1–10.
- Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Wijaya, C., Mardianto, & Prasetya, Aji, M. (2021). The Effect Of Self-Control And Conformity On Student Consumptive Behavior Of Ar-Rahman Sma Medan Year 2020. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, *1*(1), 1–10. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v1i1.1>
- Wijenayake, S., Van Berkel, N., Kostakos, V., & Goncalves, J. (2020). Quantifying the Effect of Social Presence on Online Social Conformity. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *4*(CSCW1), 1–22.

<https://doi.org/10.1145/3392863>

- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–99.
<https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p09>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). *The Influence of Lifestyle , Financial Literacy , and Social Demographics on Consumptive Behavior*. 8(2), 1033–1041.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>