

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R., & Fuadi Tanjung, A. (2023). Persepsi dan Keputusan Investasi Masa Depan pada Generasi Milenial dan Gen Z. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20(2), 257-266.
<https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v20i2.870>
- Agustiawan, R., Kaimuddin, M., & Pambudhi, M. (2025). *Self-esteem dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan media sosial TikTok Shop*. *Jurnal Psikologi dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 45–57.
<https://doi.org/10.36709/sublimapsi.v6i1.98>
- Anindyajati, M., & Karima, C. M. (2004). Peran Harga Diri Terhadap Asertivitas Remaja Penyalahguna Narkoba (Penelitian Pada Remaja Penyalahguna Narkoba di Tempat-Tempat Rehabilitasi Penyalahguna Narkoba). *Jurnal Psikologi*, 2(1), 49–73.
<https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-4952-MaharsiAnindyajati,CitraMelisaKarima.pdf>
- Annur, C. M. (2023). Indonesia Menduduki Posisi Kedua Sebagai Negara Dengan Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awal Tahun 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabetposisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-TikTok-terbanyak-di-dunia-padaawal-2023>.
- Astuti, S. D., & Heryadi, A. (2023). Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Loyalitas Karyawan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikomuda (JIPM)*, 3(2), 119–129.
<https://e-journal.unimudasorong.ac.id/index.php/jipmc/article/view/1279>
- Azwar, S. (2021). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2025). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10.
<http://dx.doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pengeluaran untuk konsumsi penduduk Provinsi Jawa Barat menurut kelompok barang dan jasa*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id>
- Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 503-526.
<https://doi.org/10.26858/je3s.v4i1.396>
- Bandura, A. (2001). *Social Cognitive Theory of Mass Communication*. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.

- Choi, S., & Lee, M. (2022). Consumer Behavior and Self-Esteem: How Advertising and Social Comparison Shape Buying Decisions. *Journal of Advertising Research*, 62(4), 531-547.
- Coopersmith, S. (2002). *The Antecedents Of Self-Esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman & Company.
- Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392–414.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.3.392>
- Crocker, J., & Knight, K. P. (2022). The Cost of Seeking Self-Esteem: How Materialism and Social Comparison Shape Consumer Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 123(4), 598-615.
- Fatmawatie, N. (2022). E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF (A. Latifa (ed.)). IAIN Kediri Press.
<http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/858>
- Fuadi, R., & Supraba, D. (2023). Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(2), 385-397.
<https://doi.org/10.18860/jips.v3i2.21070>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadisaputra, H., Nur, A. A., Zahra, A., & Sofyan, M. F. (2025). Perilaku konsumtif mahasiswa melalui aplikasi TikTok Shop ditinjau dari Perspektif Jean Baudrillard: Students' consumption behaviour through the TikTok shop application from the perspective of Jean Baudrillard. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(1), 100–121.
<https://doi.org/10.30738/sosio.v11i1.18038>
- Haryati, R. (2024). Analisis perilaku belanja online generasi Z: Studi kasus pada pengguna TikTok di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, 18(1), 1–15.
<https://jurnal.unnur.ac.id/index.php/jimia>
- Humaira, H., Sutja, A., & Harahap, N. H. (2024). Hubungan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) dengan Self Esteem Mahasiswa. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 8(2), 156-162.
<https://journal.unindra.ac.id/index.php/teraputik/index>
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Imani, S. F., & Ariani, L. (2023). Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 4(2), 84–91.
<https://doi.org/10.38156/psikowipa.v4i2.111>
- Jelić, M. (2022). How do we process feedback? The role of self-esteem in processing self-related and other-related information. *Acta Psychologica*, 227(April).
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103592>

- Khikam Ali Majid, M., Sa, N., Rahmawati, L., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Islam Negeri Surabaya, U. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1796–1806.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13383>
- Larasati, A. A., & Wijaya, E. (2022). Determinasi Faktor-Faktor Keputusan Hedging Dengan Instrumen Derivatif Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 193–204.
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Lars, D., & Ferguson, R. (2020). Why stigmatized adolescents bully more: The role of self- esteem and academic-status insecurity. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 305–318.
<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1622582>
- Farhan, M. (2022). Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 1–6.
<https://doi.org/10.38035/rrj.v5i1.561>
- Murtomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Cermin : Jurnal Penelitian*, 2020, 4. 1 : 133-147.
https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Pamungkas, R. E., AINU, F. E., NISA, P. K., Chaniago, M. A., Husairi, M. S., & Adinda, A. S. (2023). Gaya konsumtif Gen Z melalui akun TikTok Shop dalam pembelian produk fashion baju pada kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 1–10.
<https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.485>
- Purwandari, E., Santi Pertiwi, D., Aryono, S., Pujiono, R., & Azizah, S. N. (2021). *Pendampingan generasi Z dalam menemukan Who Am I*. 6(6), 941–949.
<https://doi.org/10.31603/ce.4595>
- Pratama, S. D. G. (2018). Perilaku konsumtif dan kontrol diri belanja online pada mahasiswa.
- Pratiwi, A., & Rahmawati, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 23-34.
<https://doi.org/10.1234/jeb.v15i1.91011>
- Qinthara, S. A. (2023). Pengaruh Harga Diri terhadap Kekerasan Emosional dalam Berpacaran pada Dewasa Muda di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Insight*, 5(2), 137–147.
<https://doi.org/10.17509/insight.v5i2.62775>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
<https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>

- Rahmadhani, N., & Bakar, R. M. (2023). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik. *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 2(4), 554-562.
<https://doi.org/10.56799/peshum.v2i4.1803>
- Respati, A. R., & Djumena, E. (2024, Juli 1). Hasil riset: Kebiasaan belanja Gen Z sangat dipengaruhi TikTok. *Kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2024/07/01/181000426/hasil-riset--kebiasaan-belanja-gen-z-sangat-dipengaruhi-tiktok>
- Rinonce, E. M., & Jannah, M. (2024). Kecenderungan Online Impulsive Buying ditinjau dari Jenis Kelamin Online Impulsive Buying Tendencies in Terms of Gender. *Character*, 11(01), 156–164.
<https://doi.org/10.26740/cjpp.v11i1.61024>
- Rizky Safitri, & Jayanti, A. M. (2023). Harga Diri dan Kecemasan Memilih Pasangan Hidup Wanita Dewasa Awal Fase Quarter Life Crisis. *Indonesian Psychological Research*, 5(1), 52–58.
<https://doi.org/10.29080/ipr.v5i1.765>
- Rosenberg. (1965). *Society and The Adolescent Self-Image*. Princenton: University Press.
- Rosenberg, M., & Simmons, R. G. (1971). *Black and white self-esteem: The urban school child*. Washington, DC: American Sociological Association.
https://www.asanet.org/wp-content/uploads/2024/03/Rose_1972_Black-and-White-Self-Esteem-The-Urban-School-Child_Morris-Rosenberg.pdf
- Saragih, J. R. S., Siregar, M. S., Batubara, K. A., & Hidayat, N. (2023). Pengaruh penggunaan social-commerce (TikTok Shop) terhadap gaya hidup konsumtif generasi-Z. *Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion*, 1(2), 1–10.
<https://doi.org/10.57235/mesir.v1i2.2978>
- Setiono, D. P., & Dwiyantri, R. (2020). The effect of self esteem towards consumptive
<https://doi.org/10.30595/psychoidea.v18i2.6863>
- Silvianingrum, S. A., & Setianingrum, M. E. (2025). Hubungan Self Esteem Dengan Body Image Remaja Wanita Pengguna Aplikasi Tiktok. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 1537-1551.
<https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8330>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung : Cv. Alfabeta .
- Ula, U. M., Nuntufa, & Norhayati. (2025). Pengaruh perilaku konsumtif, literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku menabung mahasiswa aktif angkatan 2021 FEBI UNZAH. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(3), 1515–1525.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4149>

- Valerie, A., & Risnawaty, W. (2023). Hubungan Antara *Self-Esteem* dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Secara Online pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(336), 11438–11444.
<https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14288>
- Walenta, W., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Narsisisme dan Harga Diri Perempuan Generasi Z terhadap Pembelian Kompulsif. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 18.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.66627>
- Widya, N. F., Sari, R. P., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh media sosial terhadap self-esteem remaja pada era digital. *Jurnal Psikologi Sosial Digital*, 4(2), 55–66.
<https://doi.org/10.1234/jpsd.v4i2.2023>
- Wulandari, D., & Sari, F. (2021). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 67-78.
<https://doi.org/10.1234/jish.v11i2.12345>
- Yuniasanti, R., & Nurwahyuni, W. A. (2023). Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 6(2), 60–69.
<https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>