

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarasari, R.E. (1997). Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Sikap Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga. *Psikologika Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 4 (II) 15-20.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010a). *Manajemen Penelitian* (Cetakan Kesebelas). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2010b). *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep, dan Strategi* (Cetakan Kesepuluh, Edisi Pertama). Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, S. (2010a). *Metode Penelitian* (Cetakan Kesebelas, Edisi Pertama). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010b). *Penyusunan Skala Psikologi* (Cetakan Keempatbelas, Edisi Pertama). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010c). *Reliabilitas dan Validitas* (Cetakan Kesepuluh, Edisi Ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cannon, J.P., Perreault, W.D., dan McCarthy, E.J. (2009). *Pemasaran Dasar. Pendekatan Manajerial Global* (Buku 1, Edisi Keenambelas). Alih Bahasa: Afia R. Fitriati dan Ria Cahyani. Jakarta: Salemba Empat.
- Cozby, P.C. (2009). *Methods in Behavioral Research* (Edisi Kesembilan). Alih Bahasa: Maufur. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dahesihsari, R. (2007). Perilaku Konsumsi Telepon Seluler di Kalangan Mahasiswa: Sebuah Studi pada Mahasiswa Unika Atma Jaya Jakarta. *Manasa*, 1 (2) 179-190.
- Hamzah, S.R., Suandi, T., Krauss, S.E., Hamzah, A., dan Tamam, E. (2014). Youth Hedonistic Behaviour: Moderating Role of Peer Attachment on The Effect of Religiosity and Worldview. *International Journal of Adolescence and Youth*, 19 (4) 419-433.

- Irani, N., dan Hanzaee, K.H. (2011). The Effects of Iranian Consumers' Buying Tendencies on Utilitarian and Hedonic Shopping Value. *African Journal of Business Management*, 5 (17) 7449-7460.
- Kaul, S. (2007). Hedonism and Culture: Impact on Shopping Behaviour A Research Agenda. *Vikalpa, Indian Institute of Management*, 32 (3) 81-89.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1, Edisi Keduabelas). Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi Ketigabelas). Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krissetia, I.S. (2016). *Perilaku Membeli di Media Online Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswi* (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
- Lina, dan Rosyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif berdasar *Locus of Control* pada Remaja Putri. *Psikologika Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 4 (II) 5-13.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Cetakan Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Noviyarto, H. (2010). Pengaruh Perilaku Konsumen *Mobile* Internet terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data *Unlimited* Internet CDMA di DKI Jakarta. *InComTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, 1 (2) 107-129.
- Patricia, N.L., dan Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". *Jurnal Psikologi*, 12 (1) 10-17.
- Pontania, A.R. (2016). *Hubungan antara Konsep Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa SMA Negeri 4 Surakarta* (Naskah Publikasi). Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Prasetyo, B., dan Jannah, L.M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Putra, E.S. (2013, 21 September). Mengenal Lebih Jauh Starbucks Coffee. Diunduh dari Website <http://edwinnotaris.blogspot.co.id/2013/09/mengenal-lebih-jauh-starbucks-coffee.html?m=1>.
- Rogers, M.F. (2009). *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme* (Cetakan Pertama). Alih Bahasa: Medhy Aginta Hidayat. Yogyakarta: Relief.
- Sudiantara, Y. (2003). Hedonisme, Gaya Hidup Konsumtif Mencari Bentuk. *Psikodimensia Kajian Ilmiah Psikologi*, 3 (2) 69-77.
- Sudiantara, Y. (2011). Remaja dan Pola Hidup Konsumtif. *Psikodimensia Kajian Ilmiah Psikologi*, 10 (1) 102-111.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara *Online* dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 13 (2) 140-146.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suprihati, dan Utami, W.B. (2015). Analisis Faktor –faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13 (1) 104-116.
- Suryabrata, S. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triastuti, R.J.F., dan Ferdinand, A.T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Buket Koffee+Jazz Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1 (1) 1-13.
- Ujianto, dan Abdurachman. 2004. Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6 (1) 34-54.