

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-khalek, A. M. (2017). Introduction to The Psychology of Self-Esteem. *Journal Nova Science Publishers*, 1–23. [https://www.researchgate.net/profile/Ahmed-Abdel-Khalek-3/publication/311440256\\_Introduction\\_to\\_the\\_Psychology\\_of\\_self-esteem/links/587e475308ae9a860ff53995/Introduction-to-the-Psychology-of-self-esteem.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ahmed-Abdel-Khalek-3/publication/311440256_Introduction_to_the_Psychology_of_self-esteem/links/587e475308ae9a860ff53995/Introduction-to-the-Psychology-of-self-esteem.pdf)
- Abdillah, A. (2017). Pengaruh Sifat Psikologis Konsumen Terhadap Pembelian Kompulsif. *Jurnal Ilmiah Agribisnis, Ekonomi, dan Sosial*, 1(2), 32-43. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/Optima/article/view/618/609>
- Adu, D.W., Widiani, E., & Trishinta, S.M. (2018). Hubungan Tingkat Disabilitas Fisik dalam Pemenuhan *Activity Daily Living* dengan Harga Diri pada Anak Penyandang Disabilitas Fisik di Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC) Malang. *Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 3(1), 675-685. doi: <https://doi.org/10.33366/nn.v3i1.839>
- Akhadiyah, R.F., & Suharyono. (2017). Pengaruh Motivasi Pembelian dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion (Survei pada Konsumen Fashion) Malang Town Square di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 19-27. <https://media.neliti.com/media/publications/88067-ID-pengaruh-motivasi-pembelian-dan-harga-di.pdf>
- Ana, W., Sophan, T.D.F., Nisa, C., & Sanggarwati, D.A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media *Online* dan *Marketplace* Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517-522. doi: <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.274>
- Andarini, S., Susandari, & Rosiana, D. (2012). Hubungan Antara “self-esteem” dengan Derajat Stres pada Siswa Akselerasi SDN Banjarsari 1 Bandung. *Prosiding SNaPP2012: Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora*, 3(1), 217–224.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion pada Generasi Z. *Jurnal Intekna*, 19(2), 69-133.

[https://web.archive.org/web/20210814173903id\\_/https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/871/671](https://web.archive.org/web/20210814173903id_/https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/871/671)

Ardiansyah, M.Y., & Budiani, M.S. (2021). Hubungan Kontrol Diri dan *Financial Literacy* dengan *Compulsive Buying* pada Pengguna Aplikasi Belanja Online. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6). <https://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/download/455/pdf>

Azwar, S. (2010). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin Indonesia 2020*. Diakses pada 15 Maret 2022. <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>.

Bernichon, T., Cook, K. E., & Brown, J. D. (2003). Seeking Self-evaluative Feedback: The Interactive Role of Global Self-esteem and Specific Self-views. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 194–204. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.1.194>

Biolcati, R. (2017). The Role of Self-esteem and Fear of Negative Evaluation in Compulsive Buying. *Front. Psychiatry*, 8(74), 1-8. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsy.2017.00074>

Black, D.W., & Kuzma, J.M. (2006). Compulsive Shopping: When Spending Begins to Consume The Consumer. *Current Psychiatry*, 5(7):27-40. [https://cdn.mdedge.com/files/s3fs-public/Document/September-2017/0507CP\\_Article1.pdf](https://cdn.mdedge.com/files/s3fs-public/Document/September-2017/0507CP_Article1.pdf)

Budiman, A. (2006). *Kebebasan, Negara, dan Pembangunan*. Jakarta: Alvabet.

Christiani, L.C., & Iksari, P.N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(2), 84-105. doi: <http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v4i2.3326>

Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman.

- Edwards, E. A. (1993). Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying . *Financial Counseling and Planning*, 67-83.
- Ekapaksi, N. (2016). Pengaruh Konformitas dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Aitem Fashion. *Psikoborneo*, 4(3), 370-375. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/4096/2629>
- Faber R., & O'Guinn, T. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157. <http://www.sfu.ca/media-lab/426/readings/compulsive%20buying.pdf>
- Felicia, F., Elvinawaty, R., & Hartini, S. (n.d.). (2014). Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistik. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 9(3), 103-112. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1424310&val=4107&title=KECENDERUNGAN%20PEMBELIAN%20KOMPULSIF%20PERAN%20PERFEKSIONISME%20DAN%20GAYA%20HIDUP%20HEDONISTIK>
- Felker. (1974). *The Development of Self Esteem*. New York: William Morrow & Company.
- Frant, I. A. (2016). Implications of Self-Esteem in Adolescence. *Journal Plus Education*, 14(1), 90–99. <https://www.uav.ro/jour/index.php/jpe/article/download/635/697>
- Handayani, W.C., & Renanita, T. (2018). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Celebrity Endorser dan Kecenderungan Pembelian Kompulsif Online. *Psychopreneur Journal*, 2(2), 103-113. <https://journal.uc.ac.id/index.php/psy/article/download/874/744/>
- Hartaji, D. A. (2012). Skripsi strata satu; Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. <https://docplayer.info/storage/54/34427591/34427591.pdf>
- Hikmah, M., Worokinasih, S., & Damayanti, C.R. (2020). *Financial Management Behavior*. Hubungan Antara *Self-Efficacy*, *Self-*

Control, dan *Compulsive Buying*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 151-163. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/1004/1229>

Jalees, T. (2007). Identifying Determinants of Compulsive Buying Behavior. *Market Forces*, 3(2), 30-51. <https://kiet.edu.pk/marketforces/index.php/marketforces/article/download/150/151>

Jasmadi., & Azzama, A. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Jurnal Psikoislamedia*, 1(2), 325-334. Doi: <http://dx.doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>

KBBI Daring. (2016). Generasi. Diambil 10 Maret 2022, dari <https://kbbi.lektur.id/generasi>.

Khoirunnas, K., & Khidir, A. (2017). Pola konsumtif mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1-15. <https://media.neliti.com/media/publications/183684-ID-pola-konsumtif-mahasiswa-di-kota-pekanba.pdf>

Kurnia, L. (2012). *Hubungan Antara Self Esteem dan Compulsive Buying pada Wanita Dewasa Muda*. Skripsi. Universitas Indonesia: Depok. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20321678-S-Laili%20Kurnia.pdf>.

Kususanto, P., & Chua, M. (2012). Students' Self-Esteem at School: The Risk, The Challenge, and The Cure. *Journal of Education and Learning (EduLear)*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v6i1.185>.

Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive Buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248-253. doi:<https://doi.org/10.3109/00952990.2010.493590>

Lubis, B., & Mulianingsih, S. (2019). Keterkaitan Bonus Demografi Dengan Teori Generasi. *Jurnal Registratie*, 1(1), 21-36. <https://ejournal-new.ipdn.ac.id/jurnalregistratie/article/view/830/523>

Muller, A., Mitchell, J.E., & de Zwaan, M. (2015). Compulsive Buying. *The American Journal on Addictions*, 24(2), 132-137. doi: <https://doi.org/10.1111/ajad.12111>

- Mulyana, H., & Purnamasari, S. (2010). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Sikap Terhadap Perilaku Seksual Pranikah Pada Remaja Dari Keluarga Broken Home. *Pscho Idea*, 2, 41–53. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/PSYCHOIDEA/article/view/233/229>
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R.I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Management, and Accounting*, 4(2), 128-138. doi: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nurhayati, S. (2019). Design of Electronic Payment Information System at XYZ Canteen. *Jurnal Sistem Komputer*, 8(1), 29-35. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/komputika/article/download/1575/1153/>
- Oblinger, D. & Oblinger, J., Eds. (2005). *Educating the Net Gen*. Washington, D.C.: EDUCAUSE.
- Parzalis, P., Katsigiannopoulos, K., & Papa, G. (2008). Compulsive Buying - A review. *Annals of General Psychiatry*, 7(1). doi: <https://doi.org/10.1186/1744-859X-7-S1-S273>
- Prajawinanti, A. (2020). Pemanfaatan Buku Oleh Mahasiswa Sebagai Penunjang Aktivitas Akademik Di Era Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 8(1), 34-45. doi: <https://dx.doi.org/10.18592/pk.v7i15.3757>
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 21-34. doi: <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v1i2.130>
- Pratiwi, N., & Otoluwa, N.I. (2019). Pengaruh Kesenjangan Diri dan Sikap Terhadap Uang pada Perilaku Pembelian Kompulsif. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(1), 27-34. <http://ejournals.umma.ac.id/index.php/point/article/download/122/78/>
- Priscylia, D.A. (2014). Pengaruh Tingkat Bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI) dan Pembayaran Non Tunai Terhadap Permintaan Uang di

- Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(2), 106-117. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jep/article/download/4874/2621>
- Putri, A.F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40. doi: <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Quoquab, F., Mohammad, J., Rizal, A.M., & Basiruddin, R. (2015). Compulsive Buying: What is Behind The Curtain?. *International Journal of Innovation and Business Strategy*, 3, 1-17. <https://ijibs.utm.my/index.php/ijibs/article/view/30/14>
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(2), 70–80. <https://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/download/6790/4402>
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of Its Antecedents, Consequences, and Implications for Public Policy. *The Journal of Consumer Affairs*, 295-319. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1998.tb00411.x>
- Rizkyta, D.P., & Fardana, N.A. (2017). Hubungan Antara Persepsi Keterlibatan Ayah dalam Pengasuhan dan Kematangan Emosi pada Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, 6,1-13. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jppp4092b87582full.pdf>
- Rusmiati, M.N., & Dewi, D.A. (2021). Pancasila dan Tantangan Millennial: Menyemai Nilai Pancasila pada Generasi Millennial Sebagai Landasan Dalam Bertindak Dan Berpikir. *Jurnal Mahasiswa Indonesia*, 1(1), 18-29. <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/JMI/article/view/806/634>
- Santrock, J. (2007). *Remaja Ed 11 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Saraneva, A., & Sääksjärvi, M. (2008). Young Compulsive Buyers and The Emotional Roller-Coaster in Shopping. *Young Consumers*, 9(2), 75–89. doi:<https://doi.org/10.1108/17473610810879657>

- Sari, R.K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo*, 4(1), 1-9. doi: <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3923>
- Singh, R., & Nayak, J.K. (2016). Effect of Family Environment on Adolescent Compulsive Buying: Mediating Role of Self-esteem. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(3),396-419. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2015-0082>
- Siregar, M., (2018). Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Smartphone pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 174-181. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/psiko/article/view/1787/1546>
- Siyoto, S., & Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofiana, I.I., & Indrawati, E.S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal Empati*, 9(1), 58-64. doi: <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26922>
- Srivastava, R., & Joshi, S. (2014). Relationship Between Self-Concept and Self-Esteem in Adolescents. *International Journal of Advanced Research*, 2(2), 36–43. [https://www.journalijar.com/uploads/733\\_IJAR-2560.pdf](https://www.journalijar.com/uploads/733_IJAR-2560.pdf)
- Titin, Ekowati. (2009). *Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar dan Psikolog*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 55-58. doi: <https://doi.org/10.37729/sjmb.v0i1.41>
- Undang-undang nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi*. Indonesia. Lembaran Negara RI Tahun 2012, No. 5336. Sekretariat Negara. Jakarta. <http://diktis.kemenag.go.id/prodi/dokumen/UU-Nomor-12-Tahun-2012-ttg-Pendidikan-Tinggi.pdf>
- Wahdania., Rahman, U., Sulasteri, S. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Harga Diri dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Matematika Peserta Didik Kelas X SMA Negeri 1 Bulupoddo Kab. Sinjai. *Jurnal Matematika*

dan Pembelajaran, 5(1), 68-81. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Mapan/article/view/2851/3014>

Wangge, B.D.R. (2021). Hubungan Antara Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pasca Perceraian Orangtua. Skripsi. Universitas Airlangga: Surabaya.

<https://www.google.com/url?q=http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/240/BAB%2520II.pdf?sequence%3D9%26isAllowed%3Dy%23:-:text%3DCoopersmith%2520mendefinisikan%2520harga%2520diri%2520adalah%2520evaluasi%2520yang%2520dibuat%2520oleh%2520individu,perlakuan%2520orang%2520lain%2520terhadap%2520dirinya&sa=D&source=docs&ust=1662788705648711&usq=AOvVaw0knOj56wnp9askOYclsp9k>

Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Compulsive Buying—Features and Characteristics of Addiction. *Neuropathology of Drug Addictions and Substance Misuse*, 993–1007. Doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800634-4.00098-6>

Wibawa, B.M., Piero, M., Miyagi, R.A. (2020). Investigasi Perilaku *Compulsive Buying* Berdasarkan Pembayaran Non-Tunai, Lingkungan Sosial, dan Kondisi Keuangan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(1), 1-11. doi: <http://dx.doi.org/10.12962/j24433527.v13i1.4926>

Zalfa, K., & Ni'mah, F. (2022). Pengaruh Kekerasan Verbal Teman Sebaya Terhadap Harga Diri Siswa. *Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 87-94. doi: <https://doi.org/10.51192/instruktur.v1i2.303>

Zis, S.F., Effendi, N., & Roem, E.R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87. doi: <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>