

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. R., & Nurhayati, N. (2022). Pengaruh Mahasiswa Magang terhadap Keberlangsungan Kinerja Kantor Walikota Medan. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 404-408.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2624141>
- Amirullah, A., Zulkarnain, M., & Astuti, Y. (2020). Gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *Iphone*. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(1), 1-11.
<https://doi.org/10.36423/jumper.v2i1.645>
- Anggreni, P., & Arsana, I. W. G. (2022). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MEREK *SMARTPHONE* BERDASARKAN SISTEM OPERASI (Studi Perbandingan *Smartphone* menggunakan *Iphone* S/IOS dengan Android OS). *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 12(1), 111-129.
https://www.researchgate.net/publication/372318438_PREFERENSI_KONSUMEN_TERHADAP_MEREK_SMARTPHONE_BERDASARKAN_SISTEM_OPERASI_Studi_Perbandingan_Smartphone_menggunakan_Iphone_SIOS_dengan_Android_OS
- Apple Inc. Memulai dengan fitur aksesibilitas di *Iphone*. Diakses dari <https://support.apple.com/id-id/guide/Iphone/iph3e2e4367/ios>
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528.
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6497>
- Atrizka, D., Saputri, A., Sibarani, A. S. L., & Sugiharto, A. (2020). Hubungan antara Konformitas terhadap Intensi Membeli Online pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 251-259.
<https://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita/article/view/4114>
- Baron, R. A. dan Byrne, D. (2005). Psikologi sosial. Jilid 2. Alih Bahasa: Ratna Djuwita. Edisi kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Bornica, K., & Fauziah, N. (2019). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Intensi Membeli *Iphone* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(4), 1135-1141.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/21925>
- Cresswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: memilih diantara lima pendekatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dasiroh, U., Miswatun, S., Ilahi, Y. F., & Nurjannah, N. (2017). Fenomena nomophobia di kalangan mahasiswa. *Medium*, 6(1), 1-10.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1695498>

- Databoks. Jumlah *Iphone* yang Aktif di Seluruh Dunia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/13/terus-bertambah-jumlah-iphone-yang-aktif-secara-global-capai-133-miliar-unit-pada-2022>
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan *smartphone* dalam menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa fispol unsrat manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15482>
- Estetika, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas xii IPS. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* (JPPK), 6(6).
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/20352>
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian *Iphone* Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8 (4), 729.
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5577>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: dasar dan konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Fadillah, A., & Tifani, N. (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial, Kepercayaan eksMerek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pengguna *Iphone* di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 9-16.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v6i1.31>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8338>
- Gommans, R., Sandstrom, M. J., Stevens, G. W., Ter Bogt, T. F., & Cillessen, A. H. (2017). Popularity, likeability, and peer conformity: Four field experiments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 73, 279-289.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.10.001>
- Hammer, J., & Hartati, S. (2014). Hubungan Antara Konformitas Dengan Intensi Membeli *Smartphone* Pada Remaja SMA Karangturi Semarang. *Jurnal EMPATI*, 3(4), 289-298.
<https://doi.org/10.14710/empati.2014.7582>
- Hananto, K. (2015). Pengaruh brand image dan country of origin image terhadap minat pembelian *Iphone*. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 13-22.
<https://jurnal.machung.ac.id/index.php/parsimonia/article/view/16>
- Hasmayni, B., & Lumbanbatu, J. S. (2019). Gambaran Lifestylifestyle Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Pengguna *Iphone* Di Universitas Medan Area. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 1(1), 9-16.

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/tekesnos/article/view/900>

Hurlock, E.B. (1980). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi Kelima (terjemahan: Istiwardyanti & Soedjarwo). Jakarta: Erlangga

Ibrahim, M. A. (2015). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: alfabeta.

Maharani, N. (2015). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk *Iphone* di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59-75.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>

Mori, K., Ito-Koyama, A., Arai, M., & Hanayama, A. (2014). Boys, be independent! Conformity development of Japanese children in the Asch experiment without using confederates. *Psychology*, 2014.
https://www.scirp.org/html/4-6901106_45877.htm

Mufti, D. F. (2018). Internalisasi nilai nasionalisme mahasiswa melalui organisasi ekstra kampus (deskriptif pada pergerakan mahasiswa islam indonesian cabang tulungagung). *Jurnal Rontal Keilmuan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 4(2).
<https://jurnal.stkipggritulungagung.ac.id/index.php/rontal/article/view/1004>

Musa, M. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung pada mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix*, 5(1), 181-192.
<https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/5372>

Myers, David G. (2009). Social Psychology :10th Edition. New York : McGrawHill.

Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 fakultas psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6(4), 195-208.
https://www.researchgate.net/publication/363339011_HUBUNGAN_ANTARA_KONFORMITAS_TEMAN_SEBAYA_DENGAN_PERILAKU_KONSUMTIF_MEMBELI_PAKAIAN_PADA_MAHASISWI_ANGKATAN_2016_FAKULTAS_PSIKOLOGI_UNIVERSITAS_DIPONEGORO

Pergiwati, G. E. (2016). Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3).
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i3.4100>

Ramadhani, A. (2016). Hubungan Konformitas dengan Prokrastinasi dalam Menyelesaikan Skripsi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Tidak Bekerja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3).
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i3.4098>

Robert A. Baron., dan Donn Byrne. (2005). *PSIKOLOGI SOSIAL EDISI KESEPULUH, Jilid 2*. Penerbit Erlangga.

Sari, H. P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 222-237.
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/5026>

Sahidin, M., & Insan, I. (2022). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive Bullying Pada Mahasiswa Baru 2021 di Asrama Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa: Diskursus Ilmu Psikologi dan Pendidikan*, 5(2), 109-114.
<https://doi.org/10.36761/jp.v5i2.2118>

Swatama, I. G. A. A., & Warmika, I. G. K. (2022). Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Iphone* Yang Dimediasi Oleh Sikap (Studi Pada Konsumen Pengguna *Iphone* di Kabupaten Gianyar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(06).
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2825390>

Sarwono, Sarlito Wirawan. (2001). Psikologi Sosial : Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan, Cetakan kedua. Jakarta : Balai Pustaka.

Sarwono, Sarlito Wirawan. (2005). Teori-teori Psikologi Sosial. Jakarta: Fajar Interpratama.

Sears, D. O. 2004. Psikologi Sosial, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Setyanto, L. E., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple Iphone pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
<https://www.neliti.com/publications/87927/pengaruh-atribut-produk-terhadap-keputusan-pembelian-survei-pembeli-apple-iphone>

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.

Sukardi, S., Darmadi, E. A., & Santoso, L. H. (2021). Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan *Smartphone* Berdasarkan Sistem Operasinya. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 175-180.
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1691>

Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada siswa di sma pl don bosko semarang. *Jurnal empati*, 7(2), 710-715.
https://www.researchgate.net/publication/363338760_HUBUNGAN_KONFORMITAS_TEMAN_SEBAYA_DENGAN_GAYA_HIDUP_HEDONIS_PADA_SISWA_DI_SMA_PL_DON_BOSKO_SEMARANG

Silalahi, D. M., & Indrawati, I. (2024). Personal Branding Pada Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Riau Kepulauan di Batam (Studi Pengguna Iphone). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 196-207.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10512206>

Vatmawati, S. (2019). Hubungan konformitas siswa dengan pengambilan keputusan karir. *EMPATI-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 55-70.
<https://doi.org/10.26877/empati.v6i1.4114>

