

## DAFTAR REFERENSI

- Alfian, C., & Sihombing, S. O. (2021). Antecedent Loyalitas Merek: Studi Empiris Pada Konsumen Starbucks. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 99. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.10056>
- Alfilail, S. N., & Vhalery, R. (2020). Pengaruh Self-Esteem Dan Self-Awareness Terhadap Pengelolaan Uang Saku. *Research and Development Journal of Education*, 6(2), 38. <https://doi.org/10.30998/rdje.v6i2.6242>
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap penggunaan produk skincare korea selatan dan lokal. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/29050>
- Anggraini, S. (2019). *Hubungan Regulasi Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Peserta Didik Kelas X Di Ma Al-Hikmah Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019*. Universitas Islam Negeri.
- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86–109.
- Antonius, A., Budiana, D., & Wahjudianita, M. (2019). Representasi Hedonisme Dalam Film Orang Kaya Baru. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 9(2), 1–12.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (the Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 198–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24894>
- Avci, İ. (2021). The Effect Of Conspicuous Consumption Behavior On Wasteful Consumption Behavior: The Intermediary Role Of Hedonic Consumption Behavior. *Journal of Economy Culture and Society*, 0(0), 0–0. <https://doi.org/10.26650/jecs2021-875642>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Boer, M., Stevens, G. W. J. M., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. J. M. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, 116, 106645. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>
- Budanti, H. S., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2017). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 37–72. [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil)

- wars\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- Cahyani, A., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Smart*, 1(1), 20–26.
- Chauchard, E., Mariez, J., Grall-Bronnec, M., & Challet-Bouju, G. (2021). Buying-Shopping Disorder among Women: The Role of Vulnerability to Marketing, Buying Motives, Impulsivity, and Self-Esteem. *European Addiction Research*, 27(4), 294–303. <https://doi.org/10.1159/000511769>
- Cindrakasih, R. R. (2021). Dinamika Globalisasi Budaya Korea di Indonesia dan Pola Konsumsi Remaja “Korean Wave” di Media Sosial Instagram. *Jurnal Public Relations-JPR*, 2(1), 17–28.
- Dewi, L. F., Nur’aini, S., & Kusumaningtyas, N. (2021). Citra Diri Terhadap Kecenderungan Hedonistic Lifestyle Pada Mahasiswa. *Psycho Idea*, 19(1), 25. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v19i1.6064>
- Dewi, N. L. P. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2021). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa unmas. *Jurnal EMAS*, 2, 74–86.
- Diananda, A. (2020). Kelekatan Anak Pada Orang Tua Dalam Meningkatkan Perkembangan Kognitif Dan Harga Diri. *Journal Istighna*, 3(2), 141–157. <https://doi.org/10.33853/istighna.v3i2.47>
- Dongoran, D., & Boiliu, F. M. (2020). Pergaulan Teman Sebaya Dalam Pembentukan Konsep Diri Siswa. *Jurnal Educatio FKIP Unma*, 6(2), 381–388. <https://doi.org/10.31949/educatio.v6i2.560>
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 133–142.
- Fauziah, N., & Lupitasari, N. (2017). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial Pada Remaja Panti Asuhan Di Semarang. *Empati*, 6(3), 318–322.
- Ganiah, R. R., & Simanjuntak, M. (2019). Lifestyle, Self-Esteem, Money Attitude and Compulsive Buying between Generations. *Department of Family and Consumer*.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. [www.gadget.bisnis.com](http://www.gadget.bisnis.com)
- Hartuti, E. T. K. (2018). Analisis Motivasi Belanja Hedonik dan Utilitarian pada Profil Konsumen dalam Kota. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 102–116.
- Hengky, H., Novianto, N., Putri Yulandi, A., Andrea Puspa, D., & Henly, H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan Di Kota Batam Dalam Membeli Skincare Merek Korea. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 380. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10434>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukesni, S. (2019). Customer loyalty: effects of

- sales information system, marcomm, and brand ambassadors. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 182. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1690>
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu - Ilmu Sosial*. Prenadamedia Group.
- KoranJakarta. (2021). *Kinerja Bank Syariah Tetap Tumbuh Baik di Masa Pandemi*. <https://koran-jakarta.com/kinerja-bank-syariah-tetap-tumbuh-baik-di-masa-pandemi>
- Krismajayanti, N. P. A., & Darma, G. S. (2021). Eksplorasi Loyalitas Millennial Terhadap Brand Apple. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 18(2), 32–44.
- Leiner, D. J., Kobilke, L., Rueß, C., & Brosius, H. B. (2018). Functional domains of social media platforms: Structuring the uses of Facebook to better understand its gratifications. *Computers in Human Behavior*, 83, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.042>
- Lesmana, T., & Santoso, R. (2019). Karakteristik Kepribadian, Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Konsumen Starbucks. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.25077/jip.3.1.59-71.2019>
- Manik, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Kantor Camat Pendalihan Iv Koto Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of Social Science and Business*, 1(4), 257. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i4.12526>
- Marisa, R. (2017). KEGILAAN PARA FASHIONISTA (Studi Kajian Budaya terhadap Konsumerisme Tas Branded ‘KW’ di Kabupaten Aceh Tamiang). *Aceh Anthropological Journal*, 1(1), 64. <https://doi.org/10.29103/aaaj.v1i2.1143>
- Monanda, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja. *Jom Fisip*, 4(2), 4.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2), 33–36. <https://doi.org/10.21067/jki.v3i2.2468>
- Muis, M., Taibe, P., & Adi. (2019). Hubungan Harga Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Tidore di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi SKIsO*, 1–9. <https://uit.e-journal.id/JPS/article/view/159/100>
- Muktar, M. (2019). Pendidikan Behavioristik Dan Aktualisasinya. *Tabyin: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 14–30. [iu.ac.id/index.php/tabyin/article/view/4%0A](http://iu.ac.id/index.php/tabyin/article/view/4%0A)
- Nabila, F., & Amri, A. (2018). Fenomena penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya hidup remaja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 135–146. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7298>
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja oi Kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 8(1998), 528–596.
- Nasution, U., & Casmini, C. (2020). Integrasi Pemikiran Imam Al-Ghazali & Ivan Pavlov Dalam Membentuk Prilaku Peserta Didik. *INSANIA : Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 25(1), 103–113. <https://doi.org/10.24090/insania.v25i1.3651>
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. CV

Sarnu Untung.

- Octaviani, C., & Kartasasmita, S. (2018). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 126. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- Octaviani, R., Abidin, Z., & Lubis, F. M. (2021). Pengaruh Tayangan Drama Korea True Beauty Terhadap Minat Beli Produk K-Beauty. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 505–515. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.325>
- Oktariska, B., Toenlioë, A. J. E., & Susilaningih. (2018). Studi Kasus Penerapan Teori Belajar Behavioristik dalam Menumbuhkembangkan Perilaku Peduli Lingkungan Hidup Siswa di SMKN 6 Malang. *Jurnal Jktp*, 1(2), 159–168.
- Palinggi, S., & Allolinggi, L. R. (2020). Analisa Deskriptif Industri Fintech di Indonesia: Regulasi dan Keamanan Jaringan dalam Perspektif Teknologi Digital. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 177–192. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1327>
- Pandika, N. S., Sagir, J., & Darwini, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>
- Pratama, P. Y. S., & Wulanyani, N. M. S. (2018). Pengaruh Kuantitas, Kemampuan Komunikasi Interpersonal, Dan Perilaku Altruisme Anggota Kelompok Terhadap Social Loafing Dalam Proses Diskusi Kelompok Di Fakultas Kedokteran Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(01), 197. <https://doi.org/10.24843/jpu.2018.v05.i01.p18>
- Priyantinasari, P., & Mulyana, A. (2020). The Effect of Instagram Exposure of Hedonic Lifestyle on Dissonance Rates for Digital Native. *International Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology*, 5(2), 396–402. <https://doi.org/10.22161/ijels.52.10>
- Pusparisa, Y. (2020). *Produk Skincare Korea Selatan Jadi Pilihan Warga Asia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/02/produk-skincare-korea-selatan-jadi-pilihan-warga-asia>
- Putri, N. S. R., & Farida, F. (2018). Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 2(2), 120–130. <https://doi.org/10.25139/jkm.v2i2.1380>
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2021). The Effect of Consumptive Lifestyle, Beauty Vlogger as a Group of Brand Trust References as a Mediation Variable on the Decision of Purchase of Korean Cosmetics (Innisfree) in Surabaya. *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2020)*, 175, 50–54. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210510.010>
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–134. <https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id>
- Refnadi, R. (2018). Konsep self-esteem serta implikasinya pada siswa. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(1), 16. <https://doi.org/10.29210/120182133>
- Ristiana, U. N. (2018). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial

- Dengan Komunikasi Interpersonal Siswa. *Jurnal Transformatif*, 2(2), 170–186.
- Riyantie, M. (2019). Konsep Diri Pecinta Make Up Korea (Studi Fenomenologi Konsep Diri Mahasiswa Pecinta Make Up Korea). *Jurnal Inovasi*, 13(2), 124–140.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (2019). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sadri, M. (2019). Pemberdayaan Siswa Melalui Edukasi Keuangan Sejak Dini Sebagai Upaya Pembentukan Karakter Cerdas Mengelola Uang. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 290–295.
- Safitri, L., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Self Image Congruence, Luxury Value Dan Product Attribute Terhadap Repurchase Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Smartphone Vivo Keluaran Tahun 2018-2019 Di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 681–688. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.591>
- Sari, N. O. (2020). Citra Diri Remaja Putri Ditinjau Dari Kecemasan Penggunaan Instagram. *Jurnal BK UNESA*, 11(1), 21–25. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/31634/28699>
- Setianingsih, E. S. (2019). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 130. <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(58), 67–74.
- Silaban, S. I., Dida, S., & Perbawasari, S. (2019). Personal Branding Yulia Baltschun sebagai Diet Influencer melalui Youtube. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 5(2), 357–371.
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surya, I., & Erdiansyah, R. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Prologia*, 5(1), 8–14. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8074>
- Triwahyuni, E., Lolongan, R., Riswan, R., & Suli', S. (2019). *Peranan Konsep Teori Behavioristik B. F. Skinner terhadap Motivasi dalam Menghadiri Persekutuan Ibadah*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/kunsh>
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM Fisip*, 4(2), 1–22.
- Utari, N. (2019). Pengaruh Harga Diri Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada

- Mahasiswa Sumatera Barat Yang Kuliah Di Pulau Jawa. *Ayan*, 8(5), 55.
- Utari, N., & Rusli, D. (2019). Pengaruh Harga Diri Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Yang Kuliah Di Pulau Jawa. *Jurnal Riset Psikologi*, 4.
- Utomo, W. P. B., & Laksmiwati, H. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Siswa-siswi Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMA Negeri 1 Gedangan Wahyu Prasetyo Budi Utomo Hermien Laksmiwati Abstrak. *Jurnal Psikologi*, 6(1).
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 51–66.
- Wahbi, A. A., & Ariwibowo, P. (2019). Konsep Literasi Ekonomi Digital: Analisa Dampak Teknologi Terhadap Prilaku Gaya Hidup Guru Smp Se-Tangerang Selatan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(2), 181–192. <https://doi.org/10.30868/ad.v3i01.486>
- Wahyuningsih, S., & Putra, A. A. (2020). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Di Pekanbaru. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 3(2), 113–118. <https://doi.org/10.36341/psi.v3i2.894>
- Walenta, W., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Narsisisme dan Harga Diri Perempuan Generasi Z terhadap Pembelian Kompulsif. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.22146/gamajop.66627>
- Wartono, T. (2017). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* |, 1(2), 56–61. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v1i2.90>
- Wibowo, Y., & Silaen, S. M. J. (2018). Hubungan Self-Esteem dan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Narsisme Di Kalangan Siswa Kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 109–115. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/130/57>
- Wulf, T., Rieger, D., & Schmitt, J. B. (2018). Blissed by the past: Theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being. *Poetics*, 69(April), 70–80. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.04.001>
- Yurikasari, D. (2020). Konten Youtube Tasya Farasya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fisip Universitas Mulawarman. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 95–107. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN/article/download/1606/1479>