

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Pustaka Pelajar.
- Aridinta, frinda agnesya, & Widijoko, G. (2019). Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce Di. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Aronson, E. (2008). *The social animal. Tenth edition*. Worth/Freeman.
- Atrizka, D., Saputri, A., Sri, A., Sibarani, L., & Sugiharto, A. (2020). Hubungan antara Konformitas terhadap Intensi Membeli Online pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan The. *Jurnal Diversita*, 6(2), 251–259.
- Aulia, R., & Hasanah, N. (2020). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Motivasi Berprestasi Kelas Vii Mts Budaya Langkat Tahun Pelajaran 2019/2020. *Jurnal Serunai Bimbingan Dan Konseling*, 9(1), 22–26.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah S1 Undip*, 6(1), 332–337.
- Azwar, S. (2016). *Metodologi Penelitian (1st ed.)*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi (II)*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan skala psikologi (dua)*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2013). *Psikologi Sosial Jilid 2 Edisi Kesepuluh*. Erlangga.
- Beauchamp, M. B., & Ponder, N. (2010). in-Store and Online Shoppers. *Marketing Management Journal*, 20(1), 49–65.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding service convenience. *Journal of Marketing*, 66(3), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.3.1.18505>
- Cahyanti, S. (2018). Pengaruh Overall Convenience Online Shopping Shopee Terhadap Behavioral Intention Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 2993–3006.
- Chandra, K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku

- Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Chaney & Bitta. (2000). *Perilaku Konsumen* (Budiyanto (ed.)). bina rupa aksara.
- Chiang, K. P., & Dholakia, R. R. (2003). Factors driving consumer intention to shop online: An empirical investigation. *Journal of Consumer Psychology*, 13(1–2), 177–183. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp13-1&2_16
- Colwell, S. R., Aung, M., Kanetkar, V., & Holden, A. L. (2008). Toward a measure of service convenience: Multiple-item scale development and empirical test. *Journal of Services Marketing*, 22(2), 160–169. <https://doi.org/10.1108/08876040810862895>
- Dewi, C. K. (2015). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Sma Negeri 1 Depok Yogyakarta. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 10–17.
- Dewi, P. S., & Lestari, M. D. (2010). Hubungan konformitas teman sebaya dan konsep diri terhadap perilaku seksual pranikah remaja madya di Kabupaten Bangli. 77–87.
- Duarte, P., Costa e Silva, S., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44(May), 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.007>
- Dwi, H. J. (2020). Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020. *IPrice*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020>
- Engel, J. F., Roger, D. B., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. bina rupa aksara.
- Erich, F. (1995). *The Sane Society*. Reinhart.
- Farquhar, J. D., & Rowley, J. (2009). Convenience: A services perspective. *Marketing Theory*, 9(4), 425–438. <https://doi.org/10.1177/1470593109346894>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Fransisca & Suyasa, P. T. Y. S. (2017). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199.

- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Penerbit Erlangga.
- Hanifa, H. P. & M. (2019). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dengan Kepatuhan Terhadap Tata Tertib Sekolah. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(2), 136–153.
- Hati Maharani Mutiara, S. I. (2015). Konformitas Teman Sebaya Dan Asertivitas Pada Siswa Sma Islam Hidayatullah Semarang. *Empati*, 4(4), 191–196.
- Hawkins, D. I., L, M. D., & Best, R. J. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Henry, H. (2019). Fitur Interaktif Jadi Andalan Shopee Raih Banyak Pelanggan. *Liputan6.Com*.
- Hui, M. K., Thakor, M. V., & Gill, R. (1998). The effect of delay type and service stage on consumers' reactions to waiting. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 469–479. <https://doi.org/10.1086/209522>
- Hurlock, E. . (1999). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Erlangga.
- Idham, P. P., & Mujiasih, M. E. (2017). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswi Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 6(4), 195–208.
- Izquierdo yusta, A., & Schultz, R. J. (2011). Understanding the effect of internet convenience on intention to purchase via the internet. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(4), 32–50.
- Jiang, L. (Alice), Yang, Z., & Jun, M. (2013). Measuring consumer perceptions of online shopping convenience. *Journal of Service Management*, 24(2), 191–214. <https://doi.org/10.1108/09564231311323962>
- Kanserina. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015*. 5(1).
- Kartodiharjo, S. (1995). *Konsumerisme dan Perlindungan Konsumen*. MUP.
- Kaura, V. (2013). Service Convenience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: Study of Indian Commercial Banks. *Journal of Global Marketing*, 26(1), 18–27. <https://doi.org/10.1080/08911762.2013.779405>
- Kaushal, S. K., & Kumar, R. (2016). *Factors Affecting the Purchase Intension of Smartphone : A Study of Young Consumers in the City of Lucknow*. 8(12), 1–16.

- Khafida, A. A., & Nrh, F. (2020). Hubungan Antara Koformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare Di Marketplace Pada Remaja Putri Sma N 1 Kendal. *Empati*, 8(3), 106–110.
- Khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru. *Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru*, 4(1), 1–15.
- Komalasari, T. D. (2020). Belanja Online Meningkatkan 400 Persen, BPKN : Masih Banyak Dikeluhkan Konsumen. *PikiranRakyatcom*. <https://www.pikiran-rakyat.com/>
- Lina & RAsyid, H. F. (1997). *Prilaku Konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra*. PT Grafindo Persada.
- Ma'aruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel. Cetakan ke-2*. PT. Gramedia Pusat Utara.
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–7.
- Mahrunnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sma Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi , Ilmu Ekonomi , Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–5.
- Manurung, R. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Mayara, B. H., Yuniarramah, E., & Mayangsari, M. D. (2017). Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Konformitas Pada Remaja. *Jurnal Ecopsy*, 3(2). <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i2.2652>
- Minor, J. C. M. & M. (2002). *Perilaku Konsumtif*. Erlangga.
- Monks, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2004). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Universitas Gadjah Mada.
- Munandar, A. . (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Universitas Indonesia.
- Murtiadi, Danarjati, & E. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Psikosain.
- Mustofa, M. A. N. (2019). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Motor Pada Anggota Club Motor Di Kota Semarang* (Vol. 4, Issue 3).
- Myers, D G. (2012). *Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh*. Salemba Humanika.

- Myers, David G. (2012). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.
- Nimatus, S., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sesuai*, 6(3), 1–8. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Partuti, T., Kambuna, B. N. H., & Dwiyantri, Y. (2019). Effect of online shopping on consumptive behaviour of female workers in Cilegon, Banten, Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 673(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/673/1/012084>
- Pradipto, Y. D., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2016). Think Again Before You Buy: The relationship between self- regulation and impulsive buying behaviors among Jakarta young adults. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 177–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.209>
- Priwidianti, A. S. (2019). *Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Agresif Pada Siswa Di Smk Negeri 10 Semarang Skripsi* (Vol. 4, Issue 3). https://media.neliti.com/media/publications/112355-ID-pengaruh-struktur-aktiva-ukuran-perusaha.pdf%0Acholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Funcionalidad+Familiar+en+Alumnos+de+1°+y+2°+grado+de+secundaria+de+la+institución+educativa+parroquial+“Peq
- Rangkuti, P. (2017). *Customer Care Excellence*. PT. Gramedia Pustaka utama.
- Sanjaya, L. J., Sawitri, D. R., Psikologi, F., & Diponegoro, U. (2018). Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek Di Semarang. *Empati*, 6(4), 149–156.
- Santor, D. A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). Measuring peer pressure, popularity, and conformity in adolescent boys and girls: Predicting school performance, sexual attitudes, and substance abuse. *Journal of Youth and Adolescence*, 29(2), 163–182. <https://doi.org/10.1023/A:1005152515264>
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja Edisi 11 Jilid 2*. Erlangga.
- Sarwono. (2005). *Psikologi sosial: psikologi kelompok dan psikologi terapan*. Badai pustaka.
- Sarwono, S W. (2012). *Psikologi remaja edisi revisi*. Grafindo Pesada.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2004). *Psikologi Remaja*. CV Rajawali.
- Sarwono, W. S., & Eko, A. M. (2015). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.

- Sears, David, D. (1985). *Social Psychology Fifth Edition*. Prentice-Hall, Inc.
- Sears, O. D. (1991). *Psikologi Sosial*. Penerbit Erlangga.
- Septian, D. (2016). BPS: Jumlah e-Commerce di Indonesia Capai 26,2 Juta. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta>
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Kencana Perdana Media Grup.
- Shopee. (2019). *Raih Omzet Besar dengan Maksimalkan 5 Fitur Promosi Shopee!* Inspiasi SHOPEE.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2016). *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. Universitas Gadjah Mada.
- Syukur. (2004). *Perlunya Budaya Konsumtif. Patra Gadjah Mada: Karya Inovasi Pembelajaran Mahasiswa*. (Unit Infor). Universitas Gadjah Mada.
- Tambunan, R. (2001). remaja dan perilaku konsumtif. *Jurnal Psikologi Dan Masyarakat* , .
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2018). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Prenadamedia Group.
- Thuy, P. N. (2011). Using service convenience to reduce perceived cost. *Marketing Intelligence and Planning*, 29(5), 473–487. <https://doi.org/10.1108/02634501111153683>
- Veritrans. (2012). eCommerce in Indonesia. *DailySosial*.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36. <https://ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id/site/?p=613>
- Xie, L., Peng, J., & Shen, W. (2010). Customer's perceived service convenience and customers' service evaluations of the bank's outlets. *2010 7th International Conference on Service Systems and Service Management, Proceedings of ICSSSM' 10, Copeland 1923*, 693–698. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2010.5530154>