

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. 2012. Pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita Gaya Hidup *Brand Minded*. *Journal*. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 6-8.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aryani, G. 2006. Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Skripsi*. Semarang : Program Strata Satu Psikologi, Fakultas Psikologi. Universitas Negeri Semarang: Tidak diterbitkan.
- Azwar, S. 2009. *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2009. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2012. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Kedua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, R.A& Byrne, D. 2005 .*Psikologi Sosial* Edisi Kesepuluh Jilid Dua. Jakarta:Erlangga.
- Damayanti.P & Nu'man .T.M. 2007. Pengaruh Pelatihan Becoming a Good Consumer Melalui Personal Development Planning (PDP) Terhadap Intensi Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Naskah Publikasi*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia., 4-7.
- Fahrudin, S. 2010. *Pengertian dan Kriteria Merek (Merk) Terkenal*. Artikel <http://mukahukum.blogspot.com/2010/02/pengertian-dan-kriteria-merek-merk.html> diakses pada tanggal 20 maret 2015.
- Fisk, P . 2007. *Marketing Genius*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Hadi, S . 2007. *Statistik Jilid Dua*. Yogyakarta : Andi
- Hart & Stapleton, N.A. 2005. *Kamus Marketing*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasan, I. 1999. *Pokok-pokok materi statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, E.P.N. 2009. Hubungan Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Skripsi*. Medan : Tidak diterbitkan.
- Hotpascaman, S. 2010. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara. Tidak diterbitkan.
- Hurlock, E. 1980. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga.

- . 2004. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 1988. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran* Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Mahardayani, I.H. 2010. Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau dari Kepercayaan Diri. *Jurnal*. Universitas Muria Kudus. *Vol.1*, No. 1, 4-6.
- Megasari, N. 2007. Perilaku Membeli Pakaian Bermerek Terkenal pada Remaja Putri di Tinjau dari Gaya Hidup Experiencers. *Skripsi*. Semarang. Universitas Katolik Soegijapranata. Tidak diterbitkan.
- Mernaino, A & Sarlito, W. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mowen & Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid Satu*. Jakarta : Erlangga.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Myers, D.G. 2012. *Psikologi Sosial* Edisi ke-sepuluh. Jakarta : Salemba Humanika.
- Ningrum, U, Y. 2011. Perilaku Kosumtif terhadap Produk Pakaian Distro ditinjau dari Konformitas pada Siswi SMK Abadi Negara Muntilan. *Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga. Tidak diterbitkan.
- Papalia, D, E., Old, S. W., Feldman, R. D. 2008. *Human Development* (Penerjemah : Anwar, A. K). Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Parma, A.S. 2007. Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri dalam Melakukan Pembelian Katalog di SMAN 1 Semarang. *Intisari Penelitian*. Semarang. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Tidak diterbitkan.
- Prasetya, B., Jannah. L. M. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindopersada.
- Prisgunanto, I. 2006. *Konsumen Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisi Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rijal, F, S. 2007. Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri (Studi pada siswi SMAN 9 Pekanbaru).

- Skripsi*.Pekanbaru.Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.Tidak diterbitkan.
- Risnawati. 2012. Hubungan Gaya Hidup Barang Minded dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Uin Suska Riau. *Skripsi*.Pekanbaru.Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.Tidak diterbitkan.
- Santrock , J.W. 2003. *Adolescence Edisi VI*.Jakarta : Gelora Aksara Pratama.
- Sarwono, S.W. 2005. *Psikologi Sosial*.Jakarta :Balai Pustaka
- Satria, R. 2014. *Beberapa Merk Fashion Terkenal Di Dunia*.Artikel (<http://ririnsatria93.blogspot.com/2014/06/beberapa-merk-fashion-terkenal-didunia.html>diakses tanggal 20 maret 2015).
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004).*Perilaku konsumen* . Edisi Ketujuh. Alih
- Sears, D.O. Fredman, J.L & Peplau, L.A. 2000.*Psikologi Sosial*.Jakarta : Erlangga (Bahasa: Drs. Zulkifli Kasif). Jakarta: Indeks
- Setiadi, N. 2010.*Perilaku Edisi Revisi*.Jakarta : Kencana Prenada Media group.
- Sihotang, A. 2009.Hubungan Antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Perilaku Impulsif pada Remaja.*Ringkasan Penelitian*. Semarang. Universitas Diponegoro.Tidak diterbitkan.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suharsono & Wulan. 2009. Psikologi Sosial. Jakarta : Salemba Humanika
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung. PT : Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor Selatan : PT. Ghalia Indonesia.
- Tambunan, R. .2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Artikel <http://www.scribd.com/doc/12007850/Remaja-dan-Perilaku-konsumtif> diakses pada 24 Oktober 2013.
- Taylor, L, Shelley, E & Peplau,A. 2009. *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wardani, M, D. 2009. Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri.*Skripsi*.Surakarta : Universitas Sebelas Maret.Tidak diterbitkan.
- Wagner. 2009. Gaya hidup “shopping mall” sebagai bentuk perilaku konsumtif pada remaja perkotaan. *Skripsi*.Bogor : Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.Tidak diterbitkan.