

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Berapa Harga Outfit Anak Unsoed? (W. N. Fajri, Interviewer) Purwokerto. Retrieved Januari 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=ohqDjCk79H0&t=942s>
- Ahmadi, A. (2008). *Psikologi Belajar Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behaviour* (2nd ed.). England: McGraw Hill.
- Alvita, & Anindhita, W. (2018). Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 1-10.
- American Marketing Association, (. (2019).
- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basir, M. (2016). *Bangsawan Dalam Pilkada*. Makassar.
- Batubara, R. (2015, Mei 15). *WASPADA! Bahaya Social Climber*. Retrieved November 8, 2019, from Batam tribunnews: <https://batam.tribunnews.com/>
- Bierstedt, & Robert, R. (2002). The Sociology Of Majority. *American Sociological Review*.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Data Perpustakaan Bappenas. (2019). Retrieved from [http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/95324-\[_Konten_\]_c6338a.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/95324-[_Konten_]_c6338a.pdf)
- Faisal, S. (1990). *Penelitian Kualitatif (Dasar-Dasar dan Aplikasi)*. Malang: Ya3 Malang.
- Griffin, E. (2012). *A First Look At Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Ghufrona, Y. M. (2016). Consumerism Lifestyle of Middle Adults Based on Body Sign and Gesture. *International Journal of Education and Research*, 4(6), 85-98.
- Hall, S., & Lindzey, C. (1978). *Theories of Personality*. New York: Jhon Wiley & Son.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, E. H. (2009). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Putri.
- Hawkins, D., Mothersbough, D., & Best, R. (2007). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy* (10th ed.). McGraw Hill Irvin.

- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hines, P., & Taylor, D. (2001). *Going Lean: A Guide to Implementation*. Cardiff Business School.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Industry Ranking. (2018, November 21). Retrieved from <http://www.fastretailing.com>
- Jayanti, N. A. (2015). Komunikasi Kelompok "Social Climber" Pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Town Square (Sutos). *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2), 2-12.
- Levy, & Weitz. (2008). *Retailing Management*. New York: McGraw Hill Irwin.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Kuswarno, E. (2009). *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. California: Sage.
- Mahyuddin. (2017, Juli-Desember). Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 117-135.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- McNeal, J. U. (2007). *On Becoming A Consumer*. Elsevier: USA.
- Miles, B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moehar, D. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moeliono, M. A. (1993). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muazimah, A. (2020, Desember). Pengaruh Fast Fashion Terhadap Budaya Konsumerisme dan Kerusakan Lingkungan di Indonesia. *JOM Fisip*, 7, 1-15.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, D. J., & Suyanto, B. (2011). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan* (4th ed.). Jakarta: Kencana.

- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nawawi, H. (2005). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Naz, U., & Lohdi, S. (2015). Impact of Customer Self Concept and Life Style on Luxury Goods Purchases : A Case of Female in Karachi. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 17, 80-87.
- Nurohman. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Keputusan Membeli Smartphone Samsung.
- Nurudin. (2017, April). "Menilik Perempuan Sebagai Social Climber dalam Pandangan Ekonomi Islam". *Jurnal Sawwa*, 12(2).
- Pangkalan Data Perguruan Tinggi. (2020). Retrieved from https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/NTZENkQ5QzYtQjE2RC00NzQ0LUFQQTQtMkRkEyNTM1OUMy
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"". *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10-17.
- Pembayun, J. G. (2018). "Social Climbing Sebagai Aktualisasi Diri Kaum Marjinal". *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 2(2), 35-45.
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3.
- Pratama, M. E. (2020, Juni). Menjamurnya Industri Fast Fashion di Negara Berkembang Meskipun Menimbulkan Berbagai Dampak Negatif. 1-6. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/342513032_
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riadhah, C. A., & Rachmatan, R. (2016, Desember). Perbedaan Konsumsi Hedonis Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2), 179-190.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi* (8th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence. Perkembangan Remaja* (6 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Satish, & Rajamohan. (2012). Consumer Behaviour and Lifestyle Marketing:. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1.
- Schutz, A. (1972). *The Phenomenology of The Social World*. London: Heinemann Educational Book.

- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sirgy, M. (1982). Self Concept in Consumer Behaviour: A Critical Review. *J Consum Res*, 9(3), 287-300.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Smith, E. E., Atkinson, R. L., & Atkinson, R. C. (2009). *Pengantar Psikologi* (11 ed.). Jakarta: Interaksara.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi : Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soeprapto, R. (2002). *Interaksi Simbolik, Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suardeyasari. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pers UGM.
- Supranto, J. (2000). *Statistik (Teori dan Aplikasi)* (6 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Tengah, B. P. (2019). *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka Province Jawa Tengah in Figures*. CV Surya Lestari.
- Tom, G., Garibaldi, B., Zeng, Y., & Pilcher, J. (1998). Consumer Demand for Counterfeit Goods. *Journal Psychology and Marketing*, 15(5), 405-21
- Veeger, K. J. (1993). *Realitas Sosial, Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individual Masyarakat Sosiologi*. Jakarta: Gramedia.
- Wahidah, N., & Herkulana, A. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 3(2), 1-12.
- West, R., & Lynn, T. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.