

REFERENCES

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Aktar, S., Sachu, M. K., & Ali, M. E. (2012). The impact of reward on employee performance in commercial bank of Bangladesh : An empirical study. *Journal of Business and Management*.
- Anggun. (2019, 10 18). *Fashion Sebagai Representasi Modernitas di Indonesia* . Diambil kembali dari Swarakampus.com: <http://swarakampus.com/web/2019/10/18/fashion-sebagai-representasi-modernitas-di-indonesia/#>
- Atalay, A. S., & Meloy, M. G. (2011). Retail therapy : A strategic effort to improve mood. *Journal of Psychology & Marketing*.
- Chan, A., Tresna, P. W., & Firliana, F. (2019). Analysis of Hedonic Shopping Motives to H&M Paris Van Java Bandung Consumer.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Rendah). *Jurnal Spirits*.
- CNBC Indonesia. (2020, 5 10). *Dihantam Corona, Bos Uniqlo Masih Orang Terkaya Di Jepang*. Diambil kembali dari [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/news/20200510100004-4-157374/dihantam-corona-bos-uniqlo-masih-orang-terkaya-di-jepang](https://www.cnbcindonesia.com/news/20200510100004-4-157374/dihantam-corona-bos-uniqlo-masih-orang-terkaya-di-jepang)
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. *ISTIGHNA, Vol. 1, No 1*.
- Durmaz, Y. (2014). The Influence of Cultural Factor on Consumer Behavior and Application In Turkey . *Journal of Social Science Research*.
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

- Fast Retailing. (2021, 4 28). *Industry Ranking : Major Global Apparel Manufacturer and Retailer*. Diambil kembali dari [fastretailing.com](https://www.fastretailing.com): <https://www.fastretailing.com/eng/ir/direction/position.html>
- Fitrayanti, V., & Purwanto. (2020). The Influence of Personal and Psychological Factors toward Consumer Purchase Decision . *Journal of Management and Leadership*.
- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Kepada Masyarakat Pontianak).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gohari. (2013). The Relationship Between Rewards and Employee Performance.
- Gultekin, B., & Ozer, L. (2012). The influence of hedonic motives and browsing on impulse buying. *Journal of economic and behavioral studies* .
- Hahn. (2012). *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: Gramedia.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior ; building marketing straregy*. America, New York: McGraw-Hill.
- Hungu. (2016). Demografi Kesehatan Indonesia .
- Khan, S. M., & Chawla, C. (2015). Impact of Age on Purchase Decision From Organized and Unorganized Retail Stores- A Research Report in India Context. *International Journal of Commerce , Business and Management*.
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. (2016). Personal Factor Affecting Consumer Purchase Decision Toward Men Skincare Products- A study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Trade, Economics and Finance*.
- Kirgiz, A. (2014). Hedonism, A Consumer Disease Of The Modern Age: Gender And Hedonic Shopping In Turkey. *Global media journal*.
- Koencoro, G. D. (2013). Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principle of Marketing*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Kusumowidagodo, A. (2010). Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja : Studi Atas Pengaruh Gender Terhadap Respon Pengunjung Toko. *International Research Journal Of Business Studies*.
- Layli. (2021, 9 6). *Mengajak Setiap Wanita Untuk Memberikan Self-Reward*. Diambil kembali dari Suara Ketapang: <https://ketapang.suarakalbar.co.id/2021/09/mengajak-setiap-wanita-untuk-memberikan.html>
- Lin, Y. Y., & Shih, H. Y. (2012). The Relationship of University Student Lifestyle, Money Attitude, Personal Value and Their Purchase Decision. *International Journal of Research in Management*.
- Marleza, F. (2017). Pengaruh Faktor Psikografi Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC Bencoolen Mall Bengkulu .
- Nakalinda, A. (2018). Factor Influencing Consumer Buying Behavior of Fast Fashion In The UK.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.
- Oktari, A. D., Dewi, R. S., & Febriana, S. K. (2014). Hubungan Antara Gaya Hidup Konsumtif Dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pelanggan Toko Emas Dikawasan Banjasmasin-Banjarbaru-Martapura. *Jurnal Ecopsy*.
- Orji, M. G., Sabo, B., Abubakar, M. Y., & Usman, A. D. (2017). Impact of Personality Factors on Consumer Buying Behavior Toward Textile Material in South Eastern Nigeria . *International Journal of Business and Economic Research*.
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). Shop Online without Thinking : Being Emotional or Rational? *Journal of Marketing and logistic*.
- Pabidang, D. (2020). Analisis Pengaruh Gaya Hidup,Citra Merek,Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo Hartono Mall Yogyakarta.

- Padmi, A. U. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Jakarta.
- Pramono, R. W. (2021). The Effect of Intrinsic Rewards and Extrinsic Rewards on Performance With Job Satisfaction as Intervening Variables . *Journal of Social Science*.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*.
- Pulungan, D. R., & Febriyanti, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen* .
- Purwanto. (2011). *Evaluasi Hasil Belajar* . Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Putri, N. (2021, April 6). *Pentingnya Self Reward Untuk Diri Sendiri*. Diambil kembali dari <http://ners.unair.ac.id/site/index.php/news-fkp-unair/30-lihat/1230-pentingnya-self-reward-untuk-diri-sendiri>
- Raharja, S. W., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.
- Rajan, K. A. (2020). Influence of hedonic and utilitarian motivation on impulse and rational buying behavior in online shopping. *journal of statistitc and management system*.
- Ramadhan, A. S. (2012). Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas "X".
- Rapyd. (2020, April 7). *Produk Terlaris Belanja Online Selama Pandemi*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/produk-terlaris-belanja-online-selama-pandemi>
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2020). 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.
- Refisna, Z., & Soerjoatmodjo, G. W. (2019). Belanja Untuk Menghadiahi Diri Sendiri.

- Reza, S. A., & Valeecha, S. (2013). Influence of Social Reference Groups on Automobile Buying Decision - Research of Young Executives . *Journal World Review of Business Research* .
- Samnani, A.-K., & Singh, P. (2014). Performance-enhancing Compensation Practice and Employee Productivity.
- Satrianto, A. (2020). Pelatihan Pengolahan Data : Moderated Regression Analysis (MRA).
- Septiawati, R., Yuniarti, D., & Purnamasari, I. (2015). Pemodelan Regresi Variabel Moderasi Dengan Metode Sub-Group .
- Sesurya, S. A., Suryanto, & Rini, A. P. (2019). Perilaku Konsumtif pada Laki-Laki “Zaman Now” Pengguna Aplikasi "Online Shop" Dalam Membeli Barang di Surabaya.
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Srinivasan, R., Srivastava, R. K., & Bhanot, S. (2014). Impact of Education on Purchase Behavior of Luxury Brand. *IOSR Journal of Business Managment* .
- Suari, Y., Lindawati, & Dharma, S. (2018). Perbedaan Gender Dalam Penentuan Gaya Keputusan Pembelian Secara Online Produk Fashion di Kota Padang.
- Sudirjo, F. (2021). Social Media, Consumer Motivation and Consumer Purchase Decision for Fast Fashion Consumer in Semarang District. *Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan : teori & aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwarman , U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Talitha, T. (2021, 9). *Arti Self Reward dan Pentingnya Self Reward*. Diambil kembali dari Gramedia blog: <https://www.gramedia.com/best-seller/self-reward/>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Upadana, M. W., & Pramudana, K. A. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*.
- Utami , W. T. (2014). Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Make Up Wajah Pada Mahasiswi.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *Jurnal Sosiologi*.
- Wulandari, S. P. (2017). Pengaruh perilaku hedonic shopping experience, indulgence, dan self gifting motivations terhadap perilaku post-purchase regret pada konsumen di surabaya. *jurnal ilmiah mahasiswa universitas surabaya*.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Teori dan Praktik Perilaku Konsumen*. Bandung: Indonesia : Pustakan Setia.
- Yusuf, M., & Firmansyah, D. (2021). Perception, Life Style and Consumer Motivation Toward Purchasing Decisions. *Journal of Managment*.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographic on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.

