

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Sofanudin, d. (2020). *Literasi Keagamaan dan Karakter Peserta Didik*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Al-Ghifari, A. (2003). *Remaja Korban Mode*. Bandung: Mujahid.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayudya, V. H. (2017). Perilaku Konsumtif Generation Y Untuk Produk Fashion. *Jurnal Bisnis Indonesia*.
- Azwar, S. (2012). Reabilitas dan Validitas. *Yogyakarta: pustaka pelajar*, 34.
- Bahaudin, .. M. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Self-Concept Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FUAD UIN SATU Tulungagung.
- Blackwell, E. J. (1994). *Consumer Behavior. Arrangement With The Dryden Press*.
- Bungin, M. B. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chita, R. C. (2015). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sam Ratulangi. *Junal E-Bm Vol.3 No.1*.
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Desmond, S. A. (2013). Religion, Self Control, and Substance Use. *Deviant Behavior*, 384-406.
- Durkheim, E. (1995). *The Elementaey Form of the Religious Life*. New York: Pree Press.
- Effendi, S. d. (2001). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- 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 Vo.7 No. 1*, 138.
- Fromm, E. &. (1995). *Masyarakat Yang Sehat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Glock, C. &. (1986). *Religion and Society In Tension*. Chicago: University of California.
- Gumulya, J. &. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*.
- Hayaati, A. (2021). Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Fatah Palembang*.

- Ismiyatih, E. H. (2017). Aplikasi E-commerce Penjualan Souvenir Pernikahan pada Toko "XYZ". *Jurnal PROSISKO Vol. 4 No.1*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional*. (2008). Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Karifawan, F. N. (2018). Pengaruh Religiusitas Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk Fashion Pada Mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).
- Kartasasmita, C. O. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 126-133.
- Katadata. (2022, September 22). *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2022*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce-2022>
- Kenneth C. Laudon, C. G. (2017). *E-Commerce: businnes, technology, society*. Boston: Pearson.
- Khan, M. A. (1997). The Role of Government in the Economy. *The American Journal of Islamic Sosial Sciences*, 157.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid I*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El-Barka: Jurnal Of Islamic Economics and Bussiness*, 90-113.
- Kurniawati, A. D. (2019). TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *el barca: Journal Of Islamic Economic and Business*, 90-113.
- Larasati, K. (2011). Hubungan Antara Dukungan Sosial Keluarga Dab Religiusitas Dengan Kesiapan Menghadapi Masa Pensiun Pada Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. *Surakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Lina & Rasyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*, 69-76.
- Mahmudah, A. A. (2017). Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Di Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang. *Skripsi Fakultas Ekomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*.
- Minanda, A. R. (2018). Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fkultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Jurna Neo Societal*.

- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Riau: Universitas Riau*.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Munandar, U. N. (2008). *Teknik Sampling: Teori dan Praktik dengan menggunakan SPSS 15*. Yogyakarta: Gava Media.
- Munthalib, A. (2012). Perilaku konsumen dalam Perspektif Islam. *Atanwir Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Purnama, M. P. (2021). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada masa Pandemi Covid-19. (*Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG*).
- Radcliffe-Brown. (1945). Religion and society. *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, 33-43.
- Rahayu Mahardikaningsih, E. A. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Jurnal Simki Pedagogia*, 98-110.
- Rahayu, D. (2017). Pengaruh Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- RI, D. A. (2004). *Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta: CV. Pundi Aksara.
- Roger D. Blackwell, P. W. (1994). *Consumer Behavior*. Arrangement With The Dryden Press.
- Romindo, M. d. (2019). *E-commerce: Implementasi, Strategis dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, F. W. (2022). Hubungan Antara Religiusitas dan Konsep Diri dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, W. (2014). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dan Iklan : Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparto, J. (1989). *Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Supriyadi, N. L. (2019). Hubungan anatara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri fi Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, 96-108.
- Surapranata, S. (2006). *Analisis Validitas, Reabilitas dan Interpretasi Hasil Tes Implementasi Kurikulum 2004*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suraso, D. A. (2000). *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem-Problem*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryadi, F. H. (2017). UJI VALIDITAS KONSTRUK PADA INSTRUMEN RELIGIUSITAS DENGAN METODE CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS (CFA). *JP31 Vol. VI No.2*, 145-154.
- Uno, H. B. (2017). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau dari Peran Gender . *Universitas Sumatera Utara*.
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee. *Universitas Islam Indonesia*.
- Yulianti, I. N. (2021). Pengaruh E-Commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2018-2020 UIN SMH Banten). *SKRIPSI*.