

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, A. F., & Pujiyanto, W. E. (2023, Agustus 2). Analisis Perilaku Konsumtif Gen Z Pada Bulan Ramadhan 1444 H (Studi Kasus di Desa Ketegan). *Journal of Science and Education Research, Vol.2*, 21. Retrieved february 21, 2024, from <https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/article/view/34/22>
- Ahdiat, A. (2023, November 09). *Ini Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Indonesia menurut Google*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/09/ini-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-menurut-google](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/09/ini-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-menurut-google)
- Ahmad. (2019). Analisis Dampak Pembiayaan Konsumtif Bank Syariah Terhadap Budaya Konsumerisme Masyarakat (Studi Pada BPRS Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung). Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/8900/1/PUSAT%201%202.pdf>
- Arifin, R. F. (2016). *Pengalaman Ibu dalam Merawat Anak dengan Tuberkulosis Paru di Wilayah Kecamatan Babakan Ciparay Kota Bandung*. Cimahi: STIKES Darul Azhar.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*. London: SAGE Publications.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*. London: SAGE.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Komsumsi*. Kreasi Wacana.
- Denny P, Y. P. (2021). Karakteristik Perkembangan Remaja. *edukasimu*.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education Limited.

- Djalal, T. (2022). Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 03. Retrieved from file:///C:/Users/HP/Downloads/43263-106701-1-SM%20(5).pdf
- Dzakiyah N, I. A. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Penelitian Humaniora*. Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora/article/view/8085>
- Eddy Rohayedi, M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Transformatif*, Vol. 4, No. 1. Retrieved Februari 29, 2024, from <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/TF/article/view/1900>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. (Budiyanto, Trans.) Jakarta: Binarupa Aksara.
- Eva Dwi Yanti, A. T. (2023). Pengaruh Konten Kreator Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FIKOMM Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*.
- Fajri, D. L. (2022, Maret 4). *Pengertian, Ciri-Ciri dan Dampak Negatif Konsumerisme*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/berita/nasional/622170ee0988c/pengertian-ciri-ciri-dan-dampak-negatif-konsumerisme](https://katadata.co.id/berita/nasional/622170ee0988c/pengertian-ciri-ciri-dan-dampak-negatif-konsumerisme)
- Fatmawatie, N. (2022). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*. Kediri: IAIN Kediri Press. Retrieved from <https://repository.iainkediri.ac.id/858/2/e%20commerce.pdf>
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media. Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)

- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Deepublish. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=-uZjDwAAQBAJ&dq=definisi+komunikasi+pemasaran&lr=&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=-uZjDwAAQBAJ&dq=definisi+komunikasi+pemasaran&lr=&source=gbs_navlinks_s)
- Fitriana Nurochmatul hidayah, B. S. (2023). Menopang Maraknya Pinjaman Online di Kalangan Mahasiswa : Motif dan Dampak terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmu Manajemen*. doi:<https://doi.org/10.26740/jim.v11n4.p821-832>
- Gita Toruli Sidauruk, P. G. (2019). Segmentasi Kondisi Psikografis Masyarakat Berdasarkan Konsep VALS (Value and Lifestyle) di Kelurahan Kedung Cowek. *jurnal penataan ruang*.
- James F Engel, R. D. (2020). *Perilaku Konsumen Jilid 1*.
- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencana, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles Of Marketing, Twelfth Edition Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- lahitani, s. (t.thn.). Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Mencapai 79% di Tahun 2024. (s. lahitani, Penyunt.) Dipetik Februari 21, 2024, dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5518803/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-indonesia-mencapai-79-di-tahun-2024>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of Human Communication 9th Ed* (9 ed.). (M. Y. hamdan, Trans.) Salemba Humanika.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: SAGE.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE publication.
- McQuail, D. (2011). *Mass Communication Theory*. (P. I. izzati, Trans.) Salemba Humanika.

- McQuail, D. (2011). *Mass Communication Theory*. Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. (P. I. Izzati, Trans.) Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Moh Ulin Nuha Mujaddid. (2022). HUBUNGAN SEGMENT VALUE AND LIFESTYLE (VALS) DENGAN IMPULSIVE BUYING ONLINE FASHION PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UIN MALANG.
- Muhammad, N. (2023). *8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara*. katadata.co.id.
- Muhebby. (2020). KONSUMERISME PADA POLA KONSUMSI. [http://digilib.uinkhas.ac.id/6593/1/MUHEBBY\\_E20152037.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/6593/1/MUHEBBY_E20152037.pdf), 1.
- Noviyanti, D. (2024). Analisis Prinsip Kehati-hatian Pada Pinjaman Shopee Paylater Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan.
- Nuraziza, R. A. (2024). Dampak Penggunaan Pinjaman ONLINE terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Parepare. *Economics and Digital Business Review*. Retrieved from <https://www.ojs.steamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/1040/757>
- Praptiwi Diana Lestari, E. (2023). Pengaruh Life Style, Media Sosial TikTok, dan Kebutuhan Terhadap Penggunaan Shopee Pay Later (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bojonegoro). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. doi:10.33087/jiubj.v23i2.3438
- Rahayu, A. (2023, November 1). Retrieved 3 29, 2024, from Goodstats: <https://data.goodstats.id/statistic/analisarahayu/gen-z-dan-milenial-menjadi-mayoritas-pengguna-pinjaman-online-pada-tahun-2023-OyeSM>
- Robert Tansen, P. N. (2022). Tren Gaya Hidup Minimalis di Sosial Media dan Dampaknya Bagi Mahasiswa.
- Rukin, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan ahmar cendekia Indonesia.

- Santrock, J. W. (2011). *Masa Perkembangan Anak* (11 ed.). (W. A. Verawaty Pakpahan, Trans.) Jakarta: Salemba Humanika. Retrieved from <http://www.penerbitsalemba.com>
- Sely M, N. P. (2022). Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3. doi:10.36418/jiss.v3i8.676
- Setiaji, B. (1995). *Konsumerisme*. Surakarta: Akademika.
- Shimp, T. A., & Andrews, C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. South western.
- Soedjatmiko, H. (2007). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi Dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Jalasutra. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=90taAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=Saya+Berbelanja+Maka+Saya+Ada:+Ketika+Konsumsi+Dan+Desain+Menjadi+Gaya+Hidup+Konsumeris&ots=c-D3ed-dtO&sig=9d-iSNpzOzo\\_TPE3A-3YTZTWQS8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Saya%20Berbelanja%20](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=90taAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=Saya+Berbelanja+Maka+Saya+Ada:+Ketika+Konsumsi+Dan+Desain+Menjadi+Gaya+Hidup+Konsumeris&ots=c-D3ed-dtO&sig=9d-iSNpzOzo_TPE3A-3YTZTWQS8&redir_esc=y#v=onepage&q=Saya%20Berbelanja%20)
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. CV.Pustaka Abadi. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Vebriyani, T. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016). Retrieved from <http://repository.iainkudus.ac.id/5735/>
- Wening, S. (2002). *Waspada Konsumerisme*. Sukoharjo: rumahaksara.
- Yusri, M. (2021). PAY LATER DAN KAUM MILENIAL (Studi Perubahan Sosial Pola Konsumtif Kaum Milenial). Retrieved from <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/61276>