

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Adisaputro, Gunawan. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Aeni, Hilda Nurul. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2021.
- Ahdiat, Adi. "Penetrasi Internet di Indonesia Capai 79% pada 2024". Databoks-Katadata, February 1, 2024. Last modified February 1, 2024. Accessed September 7, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/20b52cfd83df05e/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-79-pada-2024>.
- Amruddin, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Ananda, Thata Shafira Dwi dan Tika Mutia. "Fenomena *Electronic Word-of-Mouth* (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh *Food Blogger* Pekanbaru" *Komunikasiana: Journal Communication of Studies* 3, No.1 (June, 2021): 65-77. Accessed October 29, 2024. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/komunikasiana/article/view/11325>.
- Anggraeni, Rika. "5 Platform E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi, Shopee atau Tokopedia?". *Bisnis Tekno*, April 2, 2024. Last modified April 2, 2024. Accessed October 8, 2024. <https://teknologi.bisnis.com/5-platform-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-shopee-atau-tokopedia>.
- Anisa, Yulina. *Pengaruh Price, Online Customer Review, dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017)*. Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2021.
- Annur, Cindy Mutia. "10 Negara dengan Persentase Pengguna Internet yang Sering* Belanja Online Tertinggi (Januari 2024)". Databoks-Katadata, February 20, 2024. Last modified February 20, 2024. Accessed September 7, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/20/indonesia-masuk-jajaran-10-negara-paling-sering-belanja-online>.
- Arikunto, Suharsini. *Manajemen Penelitian Cet. 2*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

- Aura, Ken Agastya Nawang. *Pengaruh Price Discount, Online Customer Review dan Affiliate Marketing Produk Shopee Terhadap Impulsive Buying*. Cirebon: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2024.
- Ayesha, Ivonne, dkk. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. “Number of Strata-1 Student and Graduates According to the Majors and Gender in UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung of Academic Year 2023-2024”. BPS Kabupaten Tulungagung, July 4, 2024. Last modified July 4, 2024. 2024. Accessed October 15, 2024. <https://tulungagungkab.bps.go.id/en/statistics-table/1/NTg2OSMx/number-of-strata-1-student-and-graduates-according-to-the-majors-and-gender-in-uin-sayyid-ali-rahmatullah-tulungagung-of-academic-year-2023-2024.html>.
- Budianto, Apri. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen: Edisi ke-enam Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Fatmawati, Della Angelia, dkk. "Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya Online Shop di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021". *Jurnal Paradigma: Journal Sociology Research and Education* 3, No. 1 (June 1, 2022): 1-6. Accessed October 8, 2024. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v3i1.3080>.
- Fatmawatie, Naning. *E-commerce dan Perilaku Konsumtif*. Kediri: IAIN. Kediri Press, 2022.
- Fauzi, Elvina Awalia dan Annisa Warastri. *Korelasi Online Customer Review Terhadap Perilaku Konsumtif melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Yogyakarta*. Yogyakarta: Thesis Tidak Diterbitkan, 2021.
- Ferreira, Paulino Da Costa dan Hwihanus. “Pengaruh Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Marketplace”. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 3, No. 1 (January 10, 2025): 93-102. Accessed January 11, 2025. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.518>.
- Firdaus, Mukhammad, Siti Aisyah, dan Eka Farida. “Pengaruh Customer Review, Customer Rating, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan di Online Shop Shopee”, *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi* 4, No. 1 (June 4, 2024): 67-83. Accessed December 3, 2024. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.874>.

- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumtif (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi ke-9*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Hartono, Jogiyanto. *Metodelogi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hidayat, Rahmadani, dkk. *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2023.
- Ishak, Rahayu Agustina, dkk. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Karawo di Kota Gorontalo”, *Jurnal Online Manajemen ELPEI* 4, No. 2 (August 7, 2024): 1066. Accessed December 2, 2024. <https://doi.org/10.58191/jomel.v4i2.276>.
- Ishomi, Muhammad Dzaky dan Raya Sulistyowati. “Pengaruh Konten Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UNESA”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, No. 1 (April 30, 2024): 20–26. Accessed September 7, 2024. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p363-370>.
- JH, Vikky Alziqri. *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Perilaku Konsumtif Saat Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Wali Songo Semarang)*. Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2023.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2020.
- Kementerian Komunikasi dan Digital. “Pengguna Internet Meningkat, Kominfo Galang Kolaborasi Tingkatkan Kualitas Layanan”. Komdigi, February 1, 2024). Last modified February 1, 2024. Accessed September 6, 2024. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-80-hm-kominfo-01-2024-tentang-pengguna-internet-meningkat-kominfo-galang-kolaborasi-tingkatkan-kualitas-layanan>.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lestari, Eni, dkk. “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja”, *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia* 2, No. 2 (February, 2017): 1-6. Accessed September 9, 2024. <http://dx.doi.org/10.29210/3003210000>.

Lusiana, Eka Fitria. "Peroleh 9.097 Peminat, UIN SATU Masuk 10 Besar Pendaftar Pilihan 1 Terbanyak UM-PTKIN 2024". UIN SATU, June 24, 2024. Last modified June 24, 2024. Accessed October 15, 2024. <https://uinsatu.ac.id/berita/peroleh-9-097-peminat-uin-satu-masuk-10-besar-pendaftar-pilihan-1-terbanyak-um-ptkin-2024/>.

Mestone, Muhammad. *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali, 2008.

Mufidoh, Belva Rizki, dkk. 2024. "Analisis Promo *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 9, No. 2 (August 31, 2023): 78-87. Accessed September 7, 2024. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i2.4715>.

Mulyana, Sri. "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* Pada Shopee di Pekanbaru", *Jurnal Daya Saing* 7, No. 2 (July 10, 2021): 193. Accessed December 3, 2024. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>.

Napitupulu, Angelita MariaDeborah Br. *Pengaruh Online Customer Review dan Affiliate Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kecamatan Mampang Prapatan Kota Jakarta Selatan)*. Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2023.

Naurah, Nada. "Penetrasi Internet Jadi Faktor Penting Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia". GoodStat, April 10, 2023. Last modified April 10, 2023. Accessed December 8, 2024. <https://goodstats.id/article/penetrasi-internet-jadi-faktor-penting-pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-UjqdQ>.

Oktyanto, Yogayama Wisnu. "Bos Shopee Indonesia Handhika Jahja: Profil, Pendidikan, dan Karirnya". IDN Times, August 24, 2024. Last modified August 24, 2024. Accessed November 29, 2024. <https://www.idntimes.com/yogama-wisnu-oktyandito/profil-handhika-jahja-bos-shopee-indonesia>.

Pakpahan, Roida, dkk. "Pengaruh Promo *Event 6.6 Flash Sale* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 8, No. 1, (Januari 30, 2024): 89-98. Accessed September 6, 2024. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i1.1277>.

Popilux. "Tren Belanja *Online* Masyarakat Indonesia". Popilux, November 9, 2020. Last modified November 9, 2020. Accessed September 7, 2024. <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/>.

Prabaningtyas, Asri. *Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Ease of Use Terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggunaan E-commerce dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2022.

- Pradana, Mahir. "Klasifikasi Bisnis *E-commerce* di Indonesia", *MODUS* 27, No. 2 (July 20, 2015): 163-174. Accessed September 7, 2024. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>.
- Pratama, Silvia Dewi. *Pengaruh Online Customer Review, Harga, dan Affiliate Marketing Terhadap Pembelian Implusif Konsumen Fashion pada Pengguna TikTok di Banyumas*. Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2023.
- Priadana, Sidik dan Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books, 2021.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Prihati, Ayu dan Atwal Arifin. "Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam Berbelanja *Online* Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, No. 1, (November 11, 2024): 561-577. Accessed November 14, 2024, <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1.730>.
- Purwanto, Nuri, Budianto, dan Suhermin. *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Rulyagustin, Ananda. *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian di E-commerce Sociolla Pada Generasi Z di Solo Raya*. Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2023.
- Rusito. *Teknologi Internet: Dasar Internet, Internet of Things (IOT), dan Bahasa HTML*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- Sahir, Safrida Hanif. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Santoso, Joseph Teguh. *E-commerce Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Express, 2011.
- Setyaningrum, Andi. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.

- Shopee. “Apa itu Shopee?”. Help.Shopee, November 29, 2024. Last modified November 29, 2024. Accessed November 29, 2024. <https://help.shopee.co.id/Apa-itu-Shopee?>.
- Sinambela, Lijan P. dan Sartono Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2022.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Statista Research Department. “Number of users of e-commerce in Indonesia 2020-2029”. Statista Research Department, April 1, 2024. Last modified April 1, 2024. Accessed August 7, 2024. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sulaksa, Ujung. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2007.
- Syarifudin, Silvy L. Mandey, dan William J. F. A. Tumbuan. *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. DI Yogyakarta: CV Istana Agency, 2022.
- Tasari, Rizki. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Penjualan Marketplace Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Metro*. Metro: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2024.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. “Profil UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”. UIN SATU, November 29, 2024. Last modified November 29, 2024. Accessed November 29, 2024. <https://uinsatu.ac.id/>.
- Widyaningrum, Nilan. *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumtif di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.