

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, D. G. (2021). Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri). Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri.
- Arfia Dian Ayu Prayodha, S. I. (2018). Studi Kasus Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Tata Rias. *Jurnal Penelitian Psikologi*.
- Dewi Arum, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 92-102.
- Didik Gunawan, S. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padangsidempuan: Pt. Inovasi Pratama Internasional.
- Hasanah, U. (2007). Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya Dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Iin Emy Prastiwi, T. N. (2020). Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja *Online* Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 731-736.
- Imansari, N. I. (2020). Praktikum Mengenai Kebutuhan Atau Utilitas Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 85-93.
- Iprice. (2022, Juli 5). Peta *E-Commerce* Indonesia. Diakses Dari Iprice.Co.Id: <https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce/>
- Jumarni. (2021). Pengaruh *Marketplace* terhadap Perilaku konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi Iain Bone). *Jurnal Al-Tsarwah*.
- Laila Meiliyandrie Indah Wardani, P. R. (2021). Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja. Pekalongan: Nem.
- Larasati, S. (2022). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku *Impulsive Buying* Dalam Promosi Tanggal Kembar di Media Belanja *Online* Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Jambi. Skripsi. Jambi: Universitas Jambi.
- Lestari, D. (2021). Pengaruh *E-Commerce* Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan. Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- M. Hardi Danar Adiguna, M. P. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Program Tanggal Istimewa Terhadap Proses. *Jurnal Internal*.
- Mohammad Andika, S. M. (2021). Efektivitas *Marketplace* Shopee Sebagai Marketplace Belanja *Online* Yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal Of Education And Technology*, 24-29.
- Pega Astria Susanto, S. I. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Commerce Marketplace*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 131-141.
- Putri, I. N. (2022). Perilaku Konsumtif Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee Di Ponorogo Saat Flash Sale Dalam Perspektif Konsumsi Islam. Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri.

- Rajab Ansari, Y. S. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Belanja *Online* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan1. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4049-4055.
- Ramadhan, W. I. (2021). Strategi Promosi Pada Iklan *E-Commerce* Shopee Di Media Sosial (Studi Iklan Shopee Di Media Sosial Youtube). Skripsi. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Rani Apsari Utamanyu, R. D. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di *Online Shop Beauty by Asame*). *Jurnal Scriptura*, 58-71.
- Robby, G. M. (2020). Pengaruh Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed Angkatan 2017. Skripsi. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Rosyidah, C. (2021). Pemanfaatan Informasi Serta *Strategi Experiential Marketing E-Commerce* Shopee Di Kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Setyorini, Y. D. (2020). Pengaruh Promosi, Kemudahan Akses, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri.
- Simanjuntak, Y. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Sri Utami Ulfa Rahma, E. B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Masa Pandemi *Covid-19*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (Jiam)*, 49-56.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartadi, I. (2022, Januari 28). Mayoritas Pengguna *E-Commerce* Akses Lewat Aplikasi Yang Diunduh Di *Smartphone* Dan Tablet. Diakses Dari Investor.Id: <https://investor.id/business/280421/mayoritas-pengguna-ecommerce-akses-lewat-aplikasi-yang-diunduh-di-smartphone-dan-tablet>
- Syifa Nurul Aulia, I. S. (2023). Korelasi *Event* Tanggal Kembar Terhadap Daya Minat Beli Masyarakat Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 141-148.
- Yasmina Ainun Mardhia, P. S. (2016). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk PT. Garudafood Putra Putri Jaya (Studi Kasus Pada Resto & Corner PT. Garudafood Pati). *Jurnal Of Business Studies*.
- Zulfiqry, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Flash Sale 12.12 Pada *Marketplace* Shopee (Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar). Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.