

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aan Komariah, Djam'an Satori. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Engel Jf. Et. Al. (1994). *Perilaku Konsumen*. Fx Budianto, Penerjemah. Jakarta: Bina Rupa Aksara. 423 Hal. Terjemahan Dari : *Consumer Behavior*. Edisi Keenam.
- Fandy Tjiptono Dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Kholik, Maulida Dkk. (2020) *Perilaku Konsumen Ruang ;Lingkup Dan Konsep Dasar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. Global Edition,.14edition, Pearson Education
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13.Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Mutialela , Ratu. (2017). *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Google Books. [https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Wvy7dwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa1&Dq=Pengertian+Komunikasi+Menurut+Para+Ahli&Ots=Zc0nvpkmfv&Sig=Mx3il9bxpdf1ryloz8z1onro7y&Redir\\_Esc=Y#V=Onepage&Q=Pengertian%20komunikasi%20menurut%20para%20ahli&F=False](https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Wvy7dwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa1&Dq=Pengertian+Komunikasi+Menurut+Para+Ahli&Ots=Zc0nvpkmfv&Sig=Mx3il9bxpdf1ryloz8z1onro7y&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Pengertian%20komunikasi%20menurut%20para%20ahli&F=False)
- Nasution. 2003. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.

- Siyoto, S & Sodik, A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. 2005. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosda Karya.*
- Sukoco, S. A. (2018). New Komunikasi Pemasaran Teori Dan Aplikasinya. Pustaka Abadi.  
[https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=3l6tdwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pr5&Dq=Macam+Macam+Bentuk+Komunikasi+Pemasaran&Ots=I9ykfqbdt&Sig=Mnxqxvh8zpd13u5o9yvqpjbxjt4&Redir\\_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=3l6tdwaaqbaj&oi=fnd&pg=pr5&dq=Macam+Macam+Bentuk+Komunikasi+Pemasaran&ots=I9ykfqbdt&sig=Mnxqxvh8zpd13u5o9yvqpjbxjt4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Sumartono. 2002. Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B, Dan Handoko, H.T. (1997). Management Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Bpfe.
- Syarifudin, A. S. (2020). Impelementasi Pembelajaran Daring Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan Sebagai Dampak Diterapkannya Social Distancing. Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Metalingua, 5(1), 31-34.
- Tjiptono, F. 2003. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. (2011) Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis, Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Utami, I. W. (2017). Perilaku Konsumen. Surakarta: Cv Pustaka Bengawan.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja. Penerbit Nem.

## JURNAL

- Alfansyur, & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis : Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.  
[Http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Historis/Article/View/3432/Pdf#](http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Historis/Article/View/3432/Pdf#)
- Azhari, S. P. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 12(2), 132-138.
- Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *Ilkom Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182-189.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: Ciri Dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1-8.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja. *Jrti (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Manusakerti, H., Safii, M., & Widyartono, D. (2021). Analisis Kebutuhan Aplikasi Pengelola Referensi Skripsi Mahasiswa Universitas Negeri Malang berbasis Personal Information Management. *Pustakaloka*, 13(2), 268-287.

- Ningsih, I. K. (2013). Kualitas Hidup Ibu Yang Mengidap Hiv (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
- Periamsyah, P., Subhan, S., & Syahab, A. (2018, July). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. In Proceeding Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Vol. 1, No. 1, Pp. 565-569).
- Selvi, E., & Untari, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memanfaatkan Aplikasi Shopee Pada Akun Subur Batik. *Mpu Procuratio*, 2(1), 281-288.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif. In *Forum Ilmiah* (Vol. 19, No. 1, Pp. 77-84).
- Sriyanto, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Financial Marketing Operational Human Resources*, 1(02).
- Triyaningsih, S.L. 2011. Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.

## TESIS

- Amiruddin, A. F. (2018). Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Azizi, L.N. (2022). Pengaruh Promosi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Era Pandemi.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Ebiomedik*, 3(1).
- Handriani, D. J. (2019). Proses Adaptasi Anggota Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung. 95–98.

Mujahidah, A. N. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar).

Mulyasari, A. (2017). Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Online Shop@ E\_Fabric Pada Remaja Di Kota Semarang) (Doctoral Dissertation, Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi Unissula).

Poerwandari, E. K. (2009). Pendekatan Kualitatif. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran Dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi Ui.

Prasetia, K. H. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ummagelang) (Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

#### WEBSITE

Effendi Putri. (2021) Shopee Menjadi E-Commerce Yang Sangat Diminati Bagi Masyarakat, Mengapa?. Di Ambil Dari. Shopee Menjadi E-Commerce Yang Sangat Diminati Bagi Masyarakat, Mengapa? – Himpunan Mahasiswa Komputer Akuntansi (Binus.Ac.Id)

Hidayat, F. (2021, Februari 2) Industri E – Commerce Raip Untung Di Masa Pandemic. Retrieved 03 September 2023, From Earth Times : Industri E-Commerce Raup Untung Di Masa Pandemi (Beritasatu.Com)

Tantomi, I . (2023, December 14). *Transaksi Meningkat Hingga 10X Lipat, Shopee 12.12 Birthday Sale Sukses Dukung Penjualan Brand Lokal dan UMKM*. Fimela.com; Fimela.

<https://www.fimela.com/lifestyle/read/5481292/transaksi-meningkat-hingga-10x-lipat-shopee-1212-birthday-sale-sukses-dukung-penjualan-brand-lokal-dan-umkm>

Widiarini, D. (2023, Juli 07) Capai 718 Triliun , Shopee Catatakan Rekor Transaksi Penjualan Tertinggi Pada 2022, From Earth Times : Capai Rp 718 Triliun, Shopee Catatkan Rekor Transaksi Penjualan Tertinggi Pada 2022 (Kompas.Com)

