

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005) *Attitudes, Personality, and Behavior*. Open University Press.
- Anggraeni, E. & Setiaji, K. (2018) “Pengaruh Media Sosial dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), hal. 172–180.
- Anggraini, R. T. & Santhoso, F. H. (2017) “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja,” *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 3(3), hal. 131–140. doi: 10.22146/gamajop.44104.
- Anonim. (2022) *Wikipedia Tolak Perintah Rusia Untuk Hapus Informasi Perang Ukraina*, *Voaindonesia.com*. Tersedia pada: <https://www.voaindonesia.com/a/wikipedia-tentang-perintah-rusia-untuk-hapus-informasi-perang-ukraina-/6616592.html> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Arifin, J. (2017) *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Al Aziz, A. A. (2020) “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa,” *Acta Psychologia*, 2, hal. 92–107. doi: 10.21831/ap.v2i2.35100.
- Basri, M. & Kuswanti, H. (2019) “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak,” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, hal. 1–10. doi: <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.
- Damiati dkk. (2017) *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Damli, F. S. (2022) *Perilaku Konsumtif Masyarakat Modern ( Studi Kasus pada Perilaku Konsumtif Warga Kota Kupang Di Resto Brutus Chicken 04 Oesapa)*. Universitas Nusa Cendana.
- Djaali, H. (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Dwi, A. (2022) *8 Cara Download Video Pinterest Gratis Tanpa Aplikasi, Tempo.co*. Tersedia pada: <https://tekno.tempo.co/read/1651477/8-cara-download-video-pinterestgratis-tanpa-aplikasi> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Fajar, A., Abadi, P. & Utomo, S. W. (2020) “Studi perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan akuntansi 1,2,3,” *Jurnal Benefita*, 5(September 2019), hal. 264–274.
- Fardhani, P. R. & Izzati, U. A. (2013) “Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya),” *Character*, 01, hal. 02.
- Faried, A. I. dkk. (2021) *Sosiologi Ekonomi*. Diedit oleh J. Simarmata. Yayasan Kita Menulis.
- Fauziah, K. (2021) *Changes We Need*. Diedit oleh DPND Class B. Jawa Barat: CV Jejak.
- Firmansyah, M. A. (2018) *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanifah, F. U. (2022) *Ekonomi dan Bisnis*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Hardiansyah, Z. (2022) *Apa Nama Burung yang Jadi Logo Twitter?*, *Kompas.com*. Tersedia pada: <https://tekno.kompas.com/read/2022/03/23/15150037/apa-nama-burung-yang-jadi-logo-twitter-?page=all> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Herindar, E. (2022) *Investasi Digital: Solusi Menekan Perilaku Konsumtif Milenial*, *Pajak.com*.
- Hidayatun, U. (2015) “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015,” *Ekp*, 13(3), hal. 1576–1580.
- Hina, H. B. (2023) *Pengantar Ekonomi Makro (Teori dan Kebijakan)*. Diedit oleh

- Hartini. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Kadarudin. (2020) *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum*. Jawa Tengah: CV Pilar Nusantara.
- Kardiman, Mulyadi, E. & Kusriadi, A. (2006) *Ekonomi Dunia Keseharian Kita*. Jakarta: Yudhistira.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006) *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. 12 ed. Diedit oleh A. Maulana, D. Bamadi, dan W. Hardani. Erlangga.
- Kurniawan, A. (2020) *Cara Membuat Wordpress yang Cocok bagi Pemula, Mudah Dipraktikkan*, Merdeka.com. Tersedia pada: <https://www.merdeka.com/jabar/cara-membuat-wordpress-yang-cocok-bagi-pemula-mudah-dipraktikkan-kl.html> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Kurniawan, A. dkk. (2021) *Gambaran Pola Konsumsi dan Pengetahuan mengenai Kadarzi pada Suku Osing Kab. Banyuwangi*. 1 ed. Malang: Madza Media.
- Musdalifah. (2022) *Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori dan Praktik)*. Diedit oleh J. Irnawati. Media Sains Indonesia.
- Mustomi, D. & Puspasari, A. (2016) “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Penelitian*, 4(1), hal. 1–23.
- Nasrullah, R. (2015) *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neti, U., Ulfah, M. & Syahrudin, H. (2020) “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura,” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 9(9), hal. 1–8.
- Nugraha, F. A., Harani, N. H. & Habibi, R. (2020) *Analisis Sentimen Terhadap Pembatasan Sosial Menggunakan Deep Learning*. Diedit oleh R. M. Awangga. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Nugraha, J. P. dkk. (2021) *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.

- Pakpahan, E. Y., Adriansyah, M. A. & Putri, E. T. (2021) “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif,” 9(4), hal. 727–743. doi: 10.30872/psikoborneo.
- Pramudita, B. A. (2022) *5 Cara Mengatasi TikTok Error*, Kompas.com. Tersedia pada: <https://tekno.kompas.com/read/2022/05/06/16000047/5-cara-mengatasi-tiktok-error?page=all> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Pulungan, D. R. & Febriaty, H. (2018) “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), hal. 103–110. doi: 10.5281/zenodo.1410873.
- Putri, R. dkk. (2022) *Metodelogi Penelitian Sosial*. Aceh: yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Reza, H. K. dkk. (2022) *Perilaku Konsumen Edisi 1*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Risnawati, W, S. U. M. dan Wardoyo, C. (2018) “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa,” *Jurnal Pendidikan*, 3(4), hal. 430–436. doi: <http://dx.doi.org/10.17977/jptpp.v3i4.10732>.
- Riyanto, A. D. (2022) *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*, Andi.link. Tersedia pada: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Riyanto, G. P. (2022) *Orang Indonesia Makin Gemar Belanja Online lewat Media Sosial, Terbanyak di TikTok Shop*, Kompas.com. Tersedia pada: <https://tekno.kompas.com/read/2022/09/25/08000077/orang-indonesia-makin-gemar-belanja-online-lewat-media-sosial-terbanyak-di> (Diakses: 19 Desember 2022).
- Riyanto, S. & Hatmawan, A. A. (2020) *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. 1 ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Sahabuddin, R., Idrus, M. I. & Karim, A. (2021) *Pengantar Statistika*. Makasar:

Liyan Pustaka Ide.

Sari, R., Marnisah, L. & Wijaya, H. (2022) *Statistik Ekonomi*. Diedit oleh R. R. Rerung. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.

Sembiring, J. A. (2009) *Budaya Konsumerisme*, *wordpress.com*.

Setiadi, J. N. (2003) *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Sugihartati, R. (2010) *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. (2002) *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

Suyasa, F. (2005) "Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran," *Jurnal Phronesis*, 7(2), hal. 172–199.

Syahputro, E. N. (2020) *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*. Jawa Timur: Ceremedia Communication.

Tania, A. S. R. dkk. (2020) *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).

Tegor dkk. (2020) *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jawa Tengah: Lakeisha.

Tella, S. (2019) *Apa Jadinya Jika Mayoritas Pengguna Menggugat Facebook?*, *Lontar.id*. Tersedia pada: <https://lontar.id/apa-jadinya-jika-mayoritas-pengguna-menggugat-facebook/>. (Diakses: 19 Desember 2022).

Thoumrungroje, A. (2014) "The Influence of Social Media Intensity and EWOM

on Conspicuous Consumption,” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(November 2012), hal. 7–15. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.009.

Triyaningsih, S. (2011) “Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat,” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), hal. 172–177.

Wardhana, A. dkk. (2022) *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.

Yuliati & Simanjuntak. (2022) *Pendidikan dan Perlindungan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

