

DAFTAR PUSTAKA

- APJII (2024). Tingkat Penetrasi Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Andina Wulandari, D., & Primasatria Edastama. (2022). Pengaruh Gratis Ongkir, Flash Sale, Dan Cashback Atas Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 29–36. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.320>
- NOORIAH MUJAHIDAH. 2020. ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA SATU PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 8 MAKASSAR)
- Damayanti. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quaity dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplacr Sshopee. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684-693.
- Fandy Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. Strategi Pemasaran Berbasis Digital. (n.d.). (n.p.): Cipta Media Nusantara.
- Feriyansyah, Y. (2018). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, STMIK Pontianak.
- Ghozali, Imam, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”, 2018
- Handayani, O. P., & Meitawati, T. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Islam. In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 24, Issue 3). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Hidayat, F., Riofita, H., & Penelitian, A. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online(E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(6), 94–103.
- Indah Wardani, Laila Meiliyandrie, and Ritia Anggadita. *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2021.

- Kotler, P, 2009, Manajemen Pemasaran. Ed Mileium. Molan B. Penerjemah. Jakarta: Prenhallindo. Terjemahan dari : Marketing Management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Nanda Aprilia, S. (2023). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon dan Life Style Pada Marketplace Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(02).
- Nurazijah, M., Lailla, S., Fitriani, N., Rustini, T., Studi, P., Guru, P., & Dasar, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 05(02).
- Putri Amelia (2023). PENGARUH DISKON TANGGAL KEMBAR DAN GRATIS ONGKIR SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI ISLAM UII, n.d.)
- Riadi, R. A., Setyaningrum, I., & Kartikasari, C. Y. (2023). Peran Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Saat Pembelian Online Pada Platform E-Commerce. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 804–813. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1436>
- Rahmawati, M. M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Pecak Bandengsawah Luhur, *Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3 No 2. 3(2).
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.) Prenada Media.
- Sugeng, Bambang. (2020). Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif).
- Sutisna, 2012, Perilaku Konsumen Dan Komunikasi pemasaran, edisi kedua Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tasari NPM, R., Laili Rohmi, M., & Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ms. (n.d.). *MARKETPLACE TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA IAIN METRO*.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAQBAJ>
- We are social (2024). Penggunaan internet global. <https://inet.detik.com>