

DAFTAR PUSTAKA

- “Sejarah Shopee”, PDFCOFFE - 1 Februari, 2022 - <https://pdfcoffee.com/sejarah-shopee-pdf-free.html>
- “Wikipedia Shopee” - 1 Februari, 2022 - <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#Sejarah>
- Aini, Eni Nur dan Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 8, No. 1, (2020) - 4 November, 2021 - <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/6712>.
- Al-Quran, Al-Ahzab Ayat 33. *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Sygma Creative Media Crop, 2014.
- Anita Dwi Oktari, dkk, “Hubungan Antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarmasin-Banjar Baru Martapura”, Jurnal Ecopsy, (2014): 4, diakses pada 11 November, 2021, <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/ecopsy/article/view/507>.
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. “Data Produk Kecantikan Terlaris di E-commerce”. 11 Februari 2020 - 8 November 2021 - <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>.
- Astuti, Endang Dwi. “Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda”. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi. Vol. 1, No. 2, (2013) - 1 Desember, 2021, <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3285>
- Chrisnawati, Dian dan Sri Muliati Abdullah. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)”. Jurnal Spirits. Vol. 2, No.1, (2011) - 8 Desember, 2021 - <https://docplayer.info/61846845-Faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumtif-remaja-terhadap-pakaian-studi-kasus-pada-remaja-berstatus-sosial-ekonomi-rendah.html>

- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Elvina. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepuasan terhadap Keputusan Konsumen pada Isi Ulang Air Minum Depot Bening Water Dusun Lubuk Panjang”. *Jurnal LPPM Wahana Inovasi*. Vol. 6, No.2, (2017): 224 - 8 November, 2021 - <http://penelitian.uisu.ac.id/wp-content/uploads/2017/09/16.-Elvina-STIE-Lab-Batu.pdf>
- Engel, James F, Roger D Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta : Binarupa Aksara, 1995.
- Faadhilah, Fauz Novia. “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea di Surabaya)”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 7, No. 1, (2018) - 11 November, 2021 - <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/25224>.
- Fauziah. “Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” dalam Meningkatkan Penjualan”. *Jurnal Abiwarra*, Vol. 1, No. 2, (2020) - 1 Februari, 2022. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/ABIWARA/article/download/792/439>
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Qiara Media, 2019 - 5 Desember, 2021 - https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018- 24 November, 2021 - <https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah->

- [4/publication/329587407_PERILAKU_KONSUMEN/link/s/5c24627b458515a4c7faed1d/PERILAKU-KONSUMEN.pdf](https://publication/329587407_PERILAKU_KONSUMEN/link/s/5c24627b458515a4c7faed1d/PERILAKU-KONSUMEN.pdf)
- Fitriya, Elok. “*Analisis Pengaruh Islamic Branding terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk*”. JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia). Vol. 2, No.1, (2017) - 4 November, 2021 - <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JIAI/article/view/1422>.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Hermawan, Asep dan Husna Leila Yusran. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana, 2017.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Ilham, Muhammad dan Firdaus. *Islamic Branding dan Religiusitas*. Bintan: Stain Sultan Abdurrahman press, 2019 - 6 November, 2021, https://stainsarpress.stainkepri.ac.id/assets/admin/bower_components/kcfinder/upload/files/M%20ILHAM%20AND%20FIRDAUS/M%20ILHAM%20DAN%20FIRDAUS%20ISLAMIC%20BRANDING%20AN%20RELIGIUSITAS.pdf
- Juarez, Putu Damara dan Ni Wayan Sri Suprapti. “*Pengaruh Kualitas Situs dan Pengetahuan Produk terhadap Sikap untuk Mendorong Niat Beli Online di Tokopedia.Com*”. E-Jurnal Manajemen. Vol. 9. No. 1, (2020) - 4 November, 2021 - <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/52251>.
- Kusumatriana, Adam Lutfhi. “*Statistik E-Commerce 2020*”. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2020 - 7 November 2021 - <https://id.scribd.com/document/499339180/Statistik-E-Commerce-2020.pdf>.
- Lidwina, Andrea. “*Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*”. 4 Juni (2021) - 7 November 2021 - <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.

- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Miranda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 76.
- Mulyono, Sri. *Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2015.
- Nasrullah, Muhammad. “*Islamic Branding , Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk*”. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*. Vol. 13, No. 2, (2015) – 4 November, 2021 - <https://media.neliti.com/media/publications/201728-islamic-branding-religiusitas-dan-keputu.pdf>
- Navrillia, Rifa. “*Fakta Menarik dari Logo Shopee*”. 21Oktober (2020) - 1 Februari, 2022 - <https://www.jagadmedia.id/2020/10/ini-dia-fakta-menarik-dari-logo-shopee.html>
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Oktari, Anita Dwi, Rooswita Santia Dewi, dan Silvia Kristanti Tri Febriana. “*Hubungan Antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarmasin-Banjar Baru Martapura*”. *Jurnal Ecopsy*. (2014) – 11 November, 2021 - <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/ecopsy/article/view/507>.
- Pratama, Bayu Putra. “*Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli Baju Seken pada Toko Yomci Shop*”. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*. Vol. 2, No. 2, (2021) - 3 Desember 2021, <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/61>
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Rachmawati, Evi dan Anik Lestari Andjarwati. “*Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Burger King di Surabaya)*”. *JEAM*. Vol. 18, No. 2, (2019) - 4 November, 2021 - <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/download/14712/7914>.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2003.
- Setyo, Rizky Suryani, Bayu Wijayanti, dan Achmad Hasan Hafidzi. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember Program Studi Manajemen Angkatan 2017". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1, (2021) - 13 Desember, 2021 - <http://jurnalbaswara.com/index.php/baswara/article/view/2/2>
- Subagyo, Pangestu. *Statistika Terapan untuk Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sukarno, Ichwan. "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia". Universitas Muhammadiyah Purworejo, Skripsi, (2015) - 3 Desember 2021 - <http://202.91.10.51:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1595/092210038-ICHWAN%20SUKARNO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2013.
- Surah Al Ahzab Ayat 33. Tafsir Web - 15 Desember, 2021 - <http://tafsirweb.com/7645-surat-al-ahzab-ayat-33.html>.

- Susanto, A.B dan Himawan Wijarnako. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen, 2004.
- Tantomi, Iwan. “Riset SnapCart 2021 E-Commerce Terbaik di Indonesia”. 1 November, (2021) - <https://www.merdeka.com/gaya/berdasarkan-riset-snapcart-2021-berikut-e-commerce-terbaik-di-indonesia.html>.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Umbarani, Ellitte Millenitta dan Agus Fakhruddin. “Konsep Mempercantik Diri dalam Perspektif Islam dan Sains”. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. Vol. 23, No. 1, (2021) - 15 Desember, 2021 - <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2974>
- Wasiyati, Kristina dan Fransiskus Ransus. *Inspirasi Bisnis: Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*. Yogyakarta: Amara Books, 2005.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2019.
- Yunarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, Wan Edura Wan Rashid, Norafifa Mohd Ariffina, dan Norhidayah Mohd Rashida. “Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 130, (2014) - Diakses pada 9 Januari, 2021 - <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814029280>