

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2010). *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Bandung: Pustaka Cendikia Utama.
- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*.
- Anjani, M. (2016). *Budaya Konsumerisme Dalam Film the Devil wears Prada*. Diambil kembali dari [http://merina-fika-anjani-fib12.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-92250-umum-budaya%20konsumerisme%20dama%20film%20devil%20wears%20prada.html](http://merina-fika-anjani-fib12.web.unair.ac.id/artikel_detail-92250-umum-budaya%20konsumerisme%20dama%20film%20devil%20wears%20prada.html), diakses 17 april 2016
- Apriliyani, H. (2015). Pengaruh Online Shop di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai Negeri Sipil (PNS) ( Studi pada PNS Dinas Komunikasi dan Informatika Profinsi lampung).
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita Barkatullah.
- Basrowi dan Siti Juariyah. (2010). *Analisis Kondisi Ekonomi dan Tingkat Pendapatan Masyarakat Desa Srigading, Kec Labuhan Maringai Kab Lampung Timur*. Diambil kembali dari <http://www.Fjournal.uny.ac.id>
- Brogan, C. (2010). *social media : tactic and tips to develop your business online*. John Willey & Sons.
- Data.co.id, K. (2018, Februari 09). *Pengguna Instagram daei Indonesia*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- David, L., & Albert, J. (1998). *Consumer Behavior*. New York: MCGraw Hill Book Company.
- Fachri Syahreza, M., & Syari Tanjung, I. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Intagram di kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *1788-2853-1-PB*.
- Faqih. (2013). *Konsumerisme dan Gaya Hidup*. Diambil kembali dari <http://groups.yahoo.com/group/melbdise/message/6982>
- Gerald, Z., & Wallendorf, M. (1971). *Consumer Behavior ; Basic Finding and management Implication*. The United State of Amerika: By john Willey & Sons inc.

- Hayumi, N. Z. (2014). Penggunaan Instagram Sebagai bentuk Eksistensi Diri. *Nidya Zahra Hayumi, FISIP, UI, 2014.*
- Hidayah, N., & Ari bowo, P. (2018). pengaruh uang saku, locus of control dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal.*
- Islamiyati, N. (2018, Januari 01). Diambil kembali dari Mebis.com: <https://mebis.com/apa-aja-sih-kebiasaan-anak-mudia-di-sosial-media/>
- Islamy, d. (2006). *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Cikal Harapan 1 bumi Serpong Damai.* Tangerang Selatan.
- kandell, J. (1998). *Internet Addiction On Campus : The Vulnerability Of College Student, Cyberpsychology & behavior Volume, Number 1.*
- Kartodiharjo, S. (1995). *Konsumerisme dan Perlindungan Konsumen.* Surakarta: MUP.
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media.* United State: McGraw-Hill.
- Keynes, J. (1936). *The General Theory of Employment : interest and Money.* London: Macmillan.
- Kotler, P. (2000). *prinsip-prinsip manajemen pemasaran.* jakarta: prehalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Strategi Komunikasi pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. (2006). *Ada Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berkepribadian Ekstrovert dan Introvert.* Sumatra Utara.
- Lina, & Rosyid. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Ed 4 th II UGM.*
- M, M., & Mowen, J. (2000). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Malau, A. C. (2013). Diambil kembali dari Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: <http://anitachristinamalau.com/2013/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis data Sekunder.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Martono, N. (2010). *Statistik Teori Sosial dan Aplikasi Program SPSS.* Yogyakarta: Gava Media.
- Maulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin. (2018). Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makasar. *Journal Fries Maulhayat.*

- McQuail. (1987). Teori komunikasi massa ed. 2. Jakarta: Erlangga.
- Moningka, C. (2006). *Konsumtif : Antara Gengsi dan Kebutuhan*. Diambil kembali dari <http://suarapembaruan.com/news/2006/12/13/urban/urbo2.htm>.
- Nataros, P. (2016). Diambil kembali dari [limuef.blogspot.com: limuef.blogspot.com.2016/12/teori-konsep-perilaku.html](http://limuef.blogspot.com/2016/12/teori-konsep-perilaku.html)
- Neti, S. (2011). Social media and its Role in Marketing. *Internasional Journal of Enterprise Computing and Business Systems*.
- Nugroho, J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Paul Webster, A. (2016, 03 23). Diambil kembali dari <https://beritagar.id/artikel/sanins-tekno/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia,23/03/2016>
- Pengaruh Iklan di jejaring sosial terhadap pembentukan Perilaku konsumtif mahasiswa*. (t.thn.). Diambil kembali dari [http://www.kompasiana.com/elamay/pengaruh-iklan-di-jejaring-sosial-terhadap-pembentukan-perilaku-konsumtif-mahasiswa\\_55b117ead49273ea184ca4a9](http://www.kompasiana.com/elamay/pengaruh-iklan-di-jejaring-sosial-terhadap-pembentukan-perilaku-konsumtif-mahasiswa_55b117ead49273ea184ca4a9)
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ratna, W. (2013). Teori Stimulus-Respon. *Teori Stimulus-Respon*.
- Ridwan, O. (2018). Perilaku belanja online oleh mahasiswa (studi kasus mahasiswa angkatan 2018 FIA UI). *kompasiana beyond blogging*.
- Ridwan, o. (2019). pengaruh online shop terhadap munculnya perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2018 fakultas ilmu administrasi Universitas Indonesia. *kompasiana*.
- Ritzer, G. (2019). *teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir teori Sosiologi Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sadono, S. (2011). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Santrock, J. (2007). *Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, C. (2015). *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Surabaya: Antro Unair dot Net.
- Sarwono, J. (2006). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif . Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sukmawati, L. (2017). *Pengaruh media Sosial*. Diambil kembali dari <http://lindasukmawati.blogspot.com/2017/03/penelitian-sosial-pengaruh-media-sosial.html?m=1>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity.
- Sutriati, S. (2018). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FPIK UNIVERSITAS RIAU*.
- Theresia, S. (2016, 01. 14). *Psikologi penyesuaan*. Diambil kembali dari <https://silvianytheresia.wordpress.com/2016/01/14/psikologi-penyesuaian/>
- Tryaningsih. (2011). *Dampak Online Shop Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Unsoed. (2019). *Rata-rata penghasilan orang tua mahasiswa Unsoed*.
- Unsoed, F. (2019). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Diambil kembali dari [fisip.unsoed.ac.id](http://fisip.unsoed.ac.id)
- Wahyuningsih, R. (2018). *Alasan banyak orang beralih ke belanja online. Cermati.com*.
- Wahyunto. (2004). *Masyarakat Konsumtif*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- websindo. (2019, januari). *Indonesia Digital 2019 : Media Sosial*. Diambil kembali dari [Indonesia Digital 2019 : Media Sosial: websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/](http://Indonesia Digital 2019 : Media Sosial: websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/)
- Webster, p. (2016, 03 23). Diambil kembali dari <https://beritagar.id/artikel/sanins-teknologi/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia,23/03/2016>
- Yusra, Y. (2018, 07 25). *Cara Tepat menggunakan Media Sosial*. Diambil kembali dari [dailysocial.id](http://dailysocial.id)
- Zaenudin, A. (2018). *Beda perilaku laki-laki dan perempuan dalam menggunakan internet. Tirto.id*.