

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, N. R. dan A. (2010). *Euis Teori MikroEkonomi*. Jakarta: Penerbit KENCANA Pranada Media Group.
- Assael, H. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Atarita, I. (2016). *Meningkatkan Pengalaman Berbelanja Online*. <https://id.wantedly.com/journals/140>
- August, N. (2011). *Consumerism*. Dalam buku Wright, Erik. O & Rogers, Joel. *Contemporary American Society: How it Really Works*. New York. <https://www.ssc.wisc.edu/~wright/>
- Burhan, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Burhan, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar, D. S. dan I. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Penerbit KENCANA Prenadamedia.
- Davidson, H., & Novitasari, D. (2022). *Budaya Konsumerisme Dalam Iklan Shopee Versi Cetar Membahana [Culture of Consumerism in the Shopee Advertising Cetar Membahana Version]*. 16(1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Effendi, M. A. (2016). *The Power Of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen, Penerjemah Misbah Zulfa Elizabeth*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Halensiana, N., & Pramonojati, A. T. (2019). Budaya Lebaran di Indonesia dalam Masyarakat Tontonan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Ramayana Versi #KerenLahirBatin di Youtube). *EProceedings of Management*, 6(2).
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar Periklanan Cetakan ke Empat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kompas.com. (2022). *Shopee 10.10 Brands Festival Hadirkan Produk Bergaransi Orisinal dari Mitra Brand*. <https://money.kompas.com/read/2022/09/16/180057226/siap-siap-shopee-1010-brands-festival-hadirkan-produk-bergaransi-orisinal-dari?page=all>
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, edisi kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. dan G. A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi Kedua belas*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumawati, N., Ichsan, Muhammad., & L. (2022). Konsumerisme di Era Digital dalam Iklan Layanan Masyarakat “Perilaku Konsumtif.” *Jurnal Propaganda*, 2(2).
- Lee, Monlee & Johnson, C. (2011). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Manalu, M. E. (2022). *Seharian Penuh Kemeriahan dan Penawaran Spesial di Puncak Kampanye Shopee 10.10 Brands Festival*.
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/10/07/seharian-penuh-kemeriahan-dan-penawaran-spesial-di-puncak-kampanye-shopee-1010-brands-festival>
- Mankie., W. G. (2006). *Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, N. G. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Martha, Kresno, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Bidang Kesehatan*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Maulin, M. (2017). Konsumerisme Pada Iklan Majalah Perempuan. *Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VII(1), 1–10. <https://repository.unikom.ac.id/52365/>
- Melkisedek, M. H. (2018). Kafe sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumerisme (Studi Kasus pada Starbucks). *Nirmana*, 17(1), 53. <https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.53-58>
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja, Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Monica, S., Prilda Siagian, N., & Rokhim, A. (2022). Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(08), 1198–1204. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.676>
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., Rahmaji, F., Kinanthi, G., & Adi, H. (2020). Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Antropologi Sosial. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78–88.
- Odillia, L. (2022). Konsumerisme Sebagai Motivasi Konsumen Dalam Iklan Gopay Versi #SemuaJadiBisa. *Jurnal Teknik Informatika Dan Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 151–166.
- PT Exrush Digital Nusantara. (2021). *Sejarah Shopee Di Indonesia*.
<https://exrush.com/amp/sejarah-shopee-di-indonesia/>.
- Rosyidi, S. (2012). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leon & Kanuk, L. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks (Alih Bahasa Zatul).
- Shopee.co.id. (n.d.-a). *Profil Perusahaan*. <https://careers.shopee.co.id/about/>

- Shopee.co.id. (n.d.-b). *Visi Dan Misi E-Commerce Shopee*. <https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2007). *Makroekonomi Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalis dan Konsumsi di era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: KENCANA Pranada Media Group.
- Takwin, B. (2008). *Diri dan Pengelolaannya*. Jurnal Psikologi Vol. 14. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Teknologi.id. (2020). *Sejarah Awal Berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan JDID*. <https://teknologi.id/teknosejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa edisi pertama*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Penerbit Nem.
- Wening, S. (2015). Membentengi Keluarga Terhadap Budaya Konsumersime dengan Nilai-Nilai Kehidupan dalam Pendidikan Konsumen. *Jurnal Keluarga*, 1(1), 62–75.