

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar Ba'asyir. (2004). *Ihya' Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Alalwan, A. A. (2020). *Mobile commerce adoption and use: A literature review*. *International Journal of Information Management*, 50, 413–431.
- Aldila Septiana. (2015). "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam." 1, 4–5.
- Alvin Praditya. (2019). "Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop", *Jurnal Ilmiah Semarak*. 2, 36.
- Andi Bahri Soi. (2014). *Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2, 347.
- Anisa Aulia. (2023). *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro*. Hal. 41-43
- Anisa Qodaryl Thohiroh. (2018). "Perilaku Konsumtif melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta." hal.12-15.
- Arli, D., Tan, L. P., & Tjiptono, F. (2021). *Online impulse buying: Understanding the interplay of consumer characteristics, situational factors and shopping values*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102478.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024, February 7). [<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>]. [https://Apjii.or.Id/Berita/d/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang](https://apjii.or.id/Berita/d/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang).
- Charisma Jalil Indranata. (2022). *Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam*. 22, 77.
- Dela septian sari dan Trisni Handayani. (2021). "Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19", *Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 5).
- Efendi. (2016). *Psikologi Konsumen*. Vol.1 hal.35
- Elissa, I. (2013). *Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. (Vol. 8) hal. 16.
- Eni Lestarina, Hasnah Karimah Dkk. (2017). *Perilaku Konsumtif di Kalangan*
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal. 1 Remaja,. 2, 4. Ibid. (n.d.).

- Indri. (2016). *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*,.
- Jauharotul Amalia, R. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19*. 1, 4.
- Muhammad Maulana. (2023). *Data Primer Adalah: Contoh & Perbedaan Dengan Data Sekunder*.
- Mujiyana, I. E. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. *Jurnal Manajemen Daya Saing*. 8.
- Riyan Adiputra dan Clara Moningga. (2012). *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*. 5, 78–79.
- Saifuddin Zuhri. (2021). “*Pengaruh Intensitas Mengakses Online Shop Di Media Sosial Dan Intensitas Menggunakan Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surakarta*”: *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Antropologi*. 5, 37.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). page.34
- Sarwono S. W. dan Meinarno E.A. (2009). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.
- Sarwono.S.W. (2010). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. RajaGrafindo Persada.
- Septiana. (n.d.). “*Analisis...*” 13.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19*. 5, 53–65.
- SL.Triyaningsih. (2011). *Dampak Online Marketing melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. 11, 175.
- Sofia Miranda. (n.d.). “*Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*.” Hal.57
- Usman Effendi. (n.d.). *Psikologi Konsumen*. Hal. 14-20
- Zafar, A. U., Qiu, J., Shahzad, M., & Shoukat, A. (2021). *Impulsive buying behavior on mobile apps: Investigating the role of perceived enjoyment and social influence*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102737. Hal.9
- Zhao, J., Wang, J., & Huang, X. (2020). *The influence of online shopping motivation on consumer behavior: A study of Chinese millennials*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, page 54, 102010