DAFTAR PUSTAKA

Akhlakulkarimah, A. N., & Ghalib, S. (2023). Pengaruh gaya hidup dan penerimaan teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi non tunai melalui mobile banking Bank Kalsel. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, *12*(3), 18–27.

Anggraeni, D. S. (2022). *Analisis keberhasilan penggunaan media sosial terhadap penelitian mahasiswa*. UIN Syarif Hidayatullah.

Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh media sosial Instagram dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, *2*(8), 2019–2035. https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715

Assauri, S. (2021). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Press.

Azizah, F. N., & Andriansyah, E. H. (2024). Pengaruh kemampuan literasi digital dan media sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Edueco*, *7*(1), 31–38. https://doi.org/10.36277/edueco.v7i1.213

Bahari, T., Bakti, U., & Meidasari, E. (2024). Pengaruh customer experience dan peran media sosial terhadap keputusan pembelian pestisida PT. Sari Kresna Kimia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *3*(5), 797–805.

Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.

Cahyana, Y. Y. (2021). *Iklan televisi dan perilaku konsumtif remaja di perkotaan*. Lembaga Penelitian Universitas Airlangga.

Chaney, D. C. (2021). *Lifestyles*. Psychology Press.

Data Reportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Data Reportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Effendi, U. (2022). *Psikologi konsumen*. Raja Grafindo Persada.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2022). *Perilaku konsumen jilid 2* (Budijanto (ed.)). Karisma Publising.

Erwin, Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The influence of social media influencers on generation z consumer behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, *1*(10), 1028–1038. https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.317

Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku konsumtif bandwagon effect followers Instagram Shopee pada event flash sale. *Warta ISKI*, *4*(2), 99–110. https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.127

Fadeli, M., Fitriawardhani, T., & Oktavianto, M. A. (2023). Proses penataan pesan digital content pada akun sosial media (Facebook & Instagram) Klinik Kecantikan Lalita Sidoarjo dalam menjangkau konsumen di usia 25 – 40 tahun. *Jurnal Administrasi Publuk dan Ilmu Komunikasi*, *10*(1), 60–73. https://doi.org/10.55499/intelektual.v10i1.1039

Featherstone, M. (1990). Perspectives on consumer culture. *Sociology*, *24*(1), 5–22.

Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.

Fransisca, & Suyasa, P. T. Y. S. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, *7*(2), 172–199.

Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Huda, M., Mufida, S. L., & Afifah, N. (2023). Ketika influencers endorse pada media sosial Instagram mendukung brand: Pengaruhnya terhadap perilaku konsumen dan minat beli. *Sketsa Bisnis*, *10*(1), 101–120. https://doi.org/10. 35891/jsb.v10i1.3940

Ibrohim, D. M., Widodo, J., Wahyuni, S., Zulianto, M., & Kantun, S. (2021). The effect of Instagram as

social media marketing on students' comsumtive behavior (Case study of Students' in Faculty of Economics and Business University of Jember from 2016 to 2019 Generation). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *747*(1), 012098. https://doi.org/10.1088/1755-1315/747/1/012098

KBBI. (2020). Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan)*, Desember 2020.

Khaerunnisa, K., & Syarif, A. (2024). Analisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO)*, *6*(1), 45–54.

Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *9*(2), 323. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973

Lestari, N. T., & Faizin, M. (2022). Pengaruh konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, *2*(2), 229–244. https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.923

Lukiani, E. R. M. L., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Peran Instagram dalam membentuk perilaku konsumsi remaja. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, *5*(1), 97–104. https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.15969

Mangkunegara, A. P. (2022). *Sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.

Maulidy, A., Zaini, A. W., & Sanjani, M. A. F. (2025). Social media influence on consumerism trends among college students. *Indonesian Journal of Education and Social Studies*, *4*(1). https://doi.org/10.33650/ijess.v5i1. 11682

Migkos, S. P., Giannakopoulos, N. T., & Sakas, D. P. (2025). Impact of influencer marketing on consumer behavior and online shopping preferences. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *20*(2), 111. https://doi.org/10.3390/jtaer20020111

Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Consumer behavior: A framework*. Prentice Hall.

Murti, A. K., Muna, N., & Novalda, D. F. (2025). The effect of Instagram information quality on consumer purchase intentions for delivery services. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *13*(3), 1705–1716. https://doi.org/10.37641/jimkes. v13i3.3238

Nasrullah, R. (2022). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama.

Ningsih, S. W., & Putra, A. A. (2020). Intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan gaya hidup hedonis pada remaja di Pekanbaru. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, *3*(2), 113–118. https://doi.org/10.36341/ psi.v3i2.894

Okarniatif, A. A. M., & Suhaeb, F. W. (2023). Perilaku gaya hidup konsumtif pada remaja pengguna media sosial Instagram di Desa Uloe Kabupaten Bone. *Jurnal Kajian Sosial dan Budaya: Tebar Science*, *7*(1), 110–123.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan penjualan via social media*. Elex Media Komputindo.

Ritzer, G. (2015). *The McDonaldization of society* (8 ed.). Sage Publications.

Rochmaniah, A., & Puspita, D. (2024). The influence of Instagram on purchasing decisions and consumptive behavior. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *8*(1), 99–111. https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4978

Salameh, R., Ghadban, E., Murr, E. El, & Hanna, C. (2025). Influence of social media on the intent to undergo cosmetic facial injections among Lebanese university students. *BMC Digital Health*, *3*(1), 46. https://doi.org/10.1186/ s44247-025-00185-1

Sari, S. N. (2022). *Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Setyaningtyaz, S., Hasbullah, N. Z., Amani, R. R., Azzahra, G. P., & Aditya, T. (2025). Pengaruh

intensitas penggunaan media sosial terhadap tingkat konsumtifisme pada remaja di Kota Tangerang. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, *5*(1), 149–167.

Shirky, C. (2010). *Surplus cognitivo: Creatività e generosità nell'era digitale*. Codice.

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial dan etika pada generasi Z. *Journal on Education*, *6*(2), 11029–11037. https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888

Sugiarto. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Pustaka Ilmu.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2022). *Metodelogi penelitian*. Pustaka Baru Perss.

Susanto, S. E., & Mumu, S. (2021). The analysis of the product, price, distribution and promotion influence on purchasing decision and their implication on customer satisfaction. *International Journal of Management IT and Engineering*, *11*(10), 12–27.

We Are Social. (2024). *Special report digital 2024: Your ultimate guide to the evolving digital world*. We Are Social. https://wearesocial.com/id/blog/2024/ 01/digital-2024/

Wigati, D., Dewi, W. C., & Sari, N. F. I. (2022). Intensitas mengakses online shopping Instagram dengan perilaku konsumtif. *IDEA: Jurnal Psikologi*, *6*(1), 1–13. https://doi.org/10.32492/idea.v6i1.6101

Wulandari, A. (2020). *Pengaruh kreativitas wirausaha dan penggunaan media sosial terhadap perkembangan usaha terdampak Covid-19 (Studi kasus UMKM bidang kuliner di Rumah Kreatif BUMN Bandung)*. Univesitas Komputer Indonesia.

Wulandari, D., Muftiyanto, R. T. N., & Suyatno, A. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, *2*(3), 230–239. https://doi.org/10.61132/ rimba.v2i3.1155