

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, H. W. (2024). *Jurnal manajemen dan akuntansi*. 12(2).
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Ananda, R. A., Rosmanidar, E., & Solichah. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FAKULTAS Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi (Pada E-Commerce Shopee). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(6), 276–294. doi: <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i6.1809>
- Asnawi, N. (2017). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, 132–140.
- Azwar, S. (2022). *Reliabilitas dan validitas: Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Estetika, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas xii Ips. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 6(6).
- Fakhrudin, A., Roellyanti, Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.
- Fathoni, S. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah *Jurnal Muhammadiyah Surakarta*. <https://core.ac.uk/download/pdf/387590535.pdf>
- Fauziah, G. U., Nurochani, N., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 254. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i2.12665>
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Leo, A. P., & Wisnu, S. B. S. (2024). *Pembelian Pada UD . Karya Jati Nganjuk*. 8, 39311–39317.
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 5(3). <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.868>
- Mellisa, M., & Rosmida, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi

- Penjualan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 41–51. <https://doi.org/10.47686/jab.v9i1.582>
- Mujahidah, A. N. . (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar) Skripsi*. 22–23.
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis pengaruh e-service quality, e-trust dan harga terhadap keputusan pembelian di artee collection nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 1(Vol. 1 (2022): Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis), 214–222. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1820>
- Nurfatimah, F., & Jatmika, S. (2024). The Trend of Consumptive Behavior Among Accounting Education Students: Exploring The Influence of Influencer Marketing , FoMO , and Brand Awareness. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 436–448. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25295>
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnam Manajemen*, 6(2), 620–630.
- Nurkhasanah, U., & Saifuddin. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo. *Ico Edusha*, 2(1), 475–485. <https://prosiding.stainim.ac.id/index.php/prd/article/view/167>
- Pakpahan, R., Febriyanti, S., Berliana, D., & Nur Esmeralda, R. (2024). Pengaruh Promo Event 6.6 Flash Sale Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(1), 89–98. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i1.1277>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Sebagai Kebutuhan Ataukah Gaya Hidup. *Jesya*, 6(2), 2152–2166. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1175>
- Rohmah, L., Maida, N., Kusumaputri, L., Al-Wafa, M., & Mukti, T. (2024). *PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN SIFAT HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2023 UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA*. 4(1).
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan

- Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Sasambe, G., Massie, J. D. D., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Freshmart Superstore Bahu Manado Terkait Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Covid19 (Studi Pada Konsumen Freshmart Superstore Bahu Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 186–195. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>
- Septiani, D., Hasibuan, M., Nurlia Anggraini, S. R., Hanifah, S. S., & Riofita, H. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada E-Commerce Shopee (studi kasus: Program Studi Pendidikan Ekonomi UIN Sultan Syarif Kasim). 1(5), 311–318. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/508>
- Sinambela. (2020). *Student Union jurusan International Business Management periode 2020/2021*. 2015, 28–36.
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Sri, M. R. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Suciawan, C. C., & Melinda, T. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue. *Performa*, 7(4). <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2009>
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. 2002, 16–35.
- Syahroni, Irfan, M. (2022). *Prosedur Penelitian*. 2.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). APLIKASI SPSS 25.0 UNTUK EKONOMI DAN BISNIS. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance of Msmes in Kediri City. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Uluwiyah, A. N. (2022). STRategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>
- Wibawa, L., Amalia, A., Ramadoni, adam alfino., Huda, muhammad khoirul., Alimi, F., & Larassaty, ayu lucy. (2022). Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Siduarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 19–24.
- Wijaya, E., The, S., Santoso, P. H., Chandra, J., & Suyono, S. (2023). Dampak Harga, Ulasan Online, Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 225–233. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i2.3461>