

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, D. (2022). *e ISSN 2807-3967 The Influence of Instagram as Social Media Marketing on Women ' s Consumption Behavior in Sampit City Pengaruh Instagram sebagai Social Media Marketing terhadap Perilaku Konsumtif Wanita di Kota Sampit bersosialisasi tetapi bisa sebagai b. 3(2), 81–92.*
- Ariadi, R., Malelak, M. I., & Astuti, D. (2015). Analisa Hubungan Financial Literacy dan Demografi Dengan Investasi, Saving dan Konsumsi. *Finesta*, 3(1), 7–12.
- Amaliya, L., Setiaji, K., Pd, S., Pd, M., & Artikel, S. (2017). Economic Education Analysis Journal 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) Info Artikel Abstrak. 6(3), 835–842. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Baining, M. E., & Ekawati. (2018). Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi. *Jurnal Syariah*, 6(1), 89–111.
- Crystallography, X. D. (2016). *Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online sebagai Kebutuhan ataukah Gaya Hidup. 6(2), 1–23.*
- Doliah, S. U. H. W. (2020). *Go-Food dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta. Academica : Journal of Multidisciplinary Studies, 2(2), 313–318.* <https://doi.org/10.22515/academica.v2i2.2261>

- Fitroh, K. (2020). *Pengaruh Iklan Produk Fashion Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kpi Angkatan Tahun 2019 Iain Ponorogo*. 5(3), 248–253.
- Fikri Suparnoto, R., & Auditia Setiobudi, dan. (2020). The Effect of Instagram Social Media Promotion Towards Haver mood's Products Purchase Intention. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5).
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Fadilla. (2017). Hubungan Antara Pendapatan dan Gaya Hidup Masyarakat Dalam Pandangan Islam. *FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) BOGOR*, 5(1), 39–50. <http://www.jurnalfai-uikabogor.org>
- Hayani, N. ; I. M. (2020). Pengaruh Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku. *Mbia*, 19(1), 12–20.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 226–241. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3077>
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 43–55. <https://doi.org/10.46807/inspirasi.v11i1.1589>
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi

Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa.  
*Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116.

Indarto, D. N. S., & Dananti, K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumtif, Jenis Kelamin, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Karyawan Divisi Garment PT Dan Liris Sukoharjo. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 558.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.10327>

Indriani, L. (2016). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Khairinal, K., Syuhada, S., & Sitinjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi keluarga, terhadap perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI Smk 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 923–938.

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>

Lia dwi jayanti, & Brier, J. (2020). *HUBUNGAN ANTARA USIA, JENIS KELAMIN, TINGKAT PENDIDIKAN DAN TINGKAT PENDAPATAN DENGAN LITERASI KEUANGAN PELAKU USAHA BURJO DI KAWASAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG. Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9.

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>

Miranda, S., Evawani, P. :, Lubis, E., Jurusan, M. S., Komunikasi, I., Riau, U., Kampus, P., Widya, B., Soebrantas, J. H., 12, K., & Pekanbaru, S. B. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–14. <https://beritagar.id/artikel/sains->

Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496)

Nugroho, Yusuf, S., & Setyawan. (2014). Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Klasifikasi Masa Studi Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Algoritma C4.5*, VI(1), 84–91.

Nuzuli Rohmah, L. (2019). Pengaruh instagram online store dan konformitas terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).

Sari, L. N. E., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas

Bhinneka PGRI. *Jurnal Economina*, 2(7), 1639–1652.  
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.660>

S, K., & Haruna, H. (2021). The Effect of Lifestyle and Self-Concept on Consumptive Behavior in Students of the Department of Economics Education STKIP Pembangunan Indonesian Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, 8(2), 359.  
<https://doi.org/10.26858/ja.v8i1.25358>

Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 2685–6972. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5.  
<file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>

Taprial, Varinder., dan Priya, Kanwar., (2013), *Understanding Sosial Media*

Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta

Amaliya, L., Setiaji, K., Pd, S., Pd, M., & Artikel, S. (2017). *Economic Education Analysis Journal 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) Info Artikel Abstrak*. 6(3), 835–842.  
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>

Ariadi, R., Malelak, M. I., & Astuti, D. (2015). Analisa Hubungan Financial

Literacy dan Demografi Dengan Investasi, Saving dan Konsumsi. *Finesta*, 3(1), 7–12.

Sadan Madji, Daisy S.M. Engka, & Sumual, J. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3998–4006.

Wahyudi, R. A., & Rochmawati, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 8(2), 52–62. <https://doi.org/10.26740/jpak.v8n2.p52-62>

