

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangtuanya (Generation Z and the Perceived Values From the Parents). *Psyche*, 4(1), 85–95.
- Andriana, D., Martana, I. K., & Baskoro, A. P. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Harbolnas Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di UBSI. *Komunikata*57, 1(2), 66–73.
<https://doi.org/10.55122/kom57.v1i2.166>
- Apaut Vrijilio Aditia, & Suparman. (2021). Membangun Disiplin Rohani Siswa pada Generasi Z melalui Jurnal Membaca Alkitab. *Diligentia: Journal of Theology and Christian Education*, 3(2), 110–125.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). HUBUNGAN ANTARA SELF-CONTROL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF ONLINE SHOPPING PRODUK FASHION PADA MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SAM RATULANGI ANGKATAN 2011. Dalam *Jurnal e-Biomedik (eBm)* (Vol. 3, Nomor 1).
- Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Creswell. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Edwards, E. A. (1993). *Development of a New Scale to Measure Compulsive Buying Disorder*. (Vol. 4). Financial Counseling and Planning.
- Haliza, S. N., & Habib, M. A. F. (2022). Analisis Perilaku Konsumerisme Masyarakat Pada Diskon Belanja Online Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 7(2), 85.
<https://doi.org/10.29103/jsds.v8i2.8971>
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Hutagalung, H. (2021). Analisis Kualitatif Fenomenologi Interpretatif pada Kemandirian Masyarakat Desa Wisata di Yogyakarta, Indonesia. *Analisi Kualitatif Fenomenologi Interpretatif pada Kemandirian Masyarakat Desa Wisata di Yogyakarta, Indonesia*, 4, 781–800.

- Jumarni, J. (2021). Pengaruh Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi Iain Bone). *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i2.2059>
- Kriyantono. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (2 ed.). Kencana.
- La Kahija, Y. F. (2017). *Penelitian Fenomenologis : Jalan Memahami Pengalaman Hidup*. PT. Kanisius.
- La Kahija, Y. F., & Purnamasari, A. P. (2018). Mengajar Sembari Belajar: Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis tentang Pengalaman Pengajar Muda Gerakan Indonesia Mengajar. *Jurnal Empati, Agustus*, 7(3), 186–198.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (15 ed., Vol. 15). Pearson Education Ltd.
- Lesmana, T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online. *Jurnal EBI*, 5(2), 46–56. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.175>
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482–1491. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491>
- Mediana. (2023). *33 Juta Orang Serbu Harbolnas 2023*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/12/21/rata-rata-sekali-transaksi-pengeluaran-warganet-sebesar-rp-311000>.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Journal ilmiah society*, 1(1), 1–10.
- Muazam, A. R. (2020). *Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial*. <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj>.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganan*, 1–18.

- Prayitno, S. B. (2023). Generation Z perception of national online shopping day on Shopee e-commerce. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(4), 596–604. <https://doi.org/10.35335/jmas.v6i4.306>
- Purwa, N. D., & Suksmawati, H. (2022a). Persepsi Generasi Milenial Terhadap Hari Belanja Online Nasional Pada E-Commerce Shopee. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.3533>
- Purwa, N. D., & Suksmawati, H. (2022b). Persepsi Generasi Milenial Terhadap Hari Belanja Online Nasional Pada E-Commerce Shopee. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.3533>
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makart*, 9(2), 123–134.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 11(3), 231–242. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.231>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research* (Vol. 6). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.1080/14780880903340091>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2022). Interpretative Phenomenological Analysis. Dalam *Экономика Региона*. SAGE Publications.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunastiko, K. P., H, F. N. R., & Putra, N. A. (2015). Hubungan Antara Citra Diri (Self Image) dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Kharina Putrie Sunastiko , Frieda N . R . H , Nofiar Aldriandy Putra *) Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 2(3), 52–59.

- Suparti, S. (2016). Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives. *International Education Studies*, 9(3), 114. <https://doi.org/10.5539/ies.v9n3p114>
- Tarmidi, D., & Setiawan, D. G. (2022). Enrichment : Journal of Management The Effect of Gamification and Price Discounts on Impulsive Buying Decisions Online on the Shopee Indonesia Mobile Application. *Journal of Management*, 12(4), 3213–3217.
- Thomas C. O’guinn, & Ronald J. Faber. (1989). *Compulsive Buying: A phenomenological Exploration*. *Journal of Consumer Research* (2 ed., Vol. 16).
- Tripambudi, B. (2018). *HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS DIPONEGORO* (Vol. 7, Nomor 2).
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJournal Siasiatri/Sosiologi*, 1(4).
- Yuniasanti, R., & Nurwahyuni, W. A. (2023). Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 6(2), 60–69. <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>

