

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari. *Shahih Bukhari, Jilid 4, (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Ilmiyyah)*, 1992.
- Ahdiat, Adi. “Tren E-Commerce 2023, Kunjungan Ke Shopee Meningkat.” Databoks, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/f056a701023f0fe/tren-e-commerce-2023-kunjungan-ke-shopee-dan-blibli-meningkat>.
- Astuti, Ratna Fitri, Vitria Puri Rahayu, Mustangin Mustangin, Ritma Ratri Candra Dewi, and Rosyidah Rahmaniah. “Analisis Perilaku Konsumsi Melalui Gaya Hidup Pada Usia Remaja.” *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 6, no. 2 (2022): 232–41. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>.
- Eka Putri, Nurul. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan).” *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1, no. 3 (2023): 282–94. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1932>.
- Fajirin, Fauzan Bahamariato, and Rachma Indrarini. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya).” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 156–67. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p156-167>.
- Fitriani, Octavia Nur. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Febiiain Padangsidimpuan.” *Skripsi*, 2022. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/29172/160907070.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Fransisca, Charissa, and Rezi Erdiansyah. “Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif.” *Prologia* 4, no. 2 (2020): 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>.

- Hasnah, Titi. “Analisis Pengaruh Potongan Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Indomaret Lahat.” *MOTIVASI Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (2021): 54–63. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi>.
- Ijzen, Icek. *The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes.*, 1991. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Inayah, Fatikhatul. “Analisis Pengendalian Perilaku Konsumtif Santri Putri Dalam Berbelanja Online.” UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI, 2022.
- “Latar Belakang Berdirinya Pondok Pesantren Syarif Hidayatullah.” Accessed November 19, 2024. <https://syahidacyberpesantren.wordpress.com/latarbelakang/>.
- Maharani, Tiara Rifqoh, Mochammad Alif Dartanala, and Astrid Dwi Maharani. “Keputusan Pembelian Pada Promo Tanggal Kembar Platform E- Commerce Shopee.” *Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* 01, no. 01 (2022): 674–84.
- Minarta, Tryan, Nagara Tasrif, Stefan Josua Montolalu, Andre Michael, Program Studi Manajemen. “Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Gratis Ongkir” 14, no. 2 (2025): 314–25.
- Mowen, John C., and Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. 5th ed. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Mukrimah, Ihsan. “Perilaku Konsumtif Gaya Hidup Santri Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Santri Amsilati Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Putri).” *Journal of Economic and Islamic Research* 1, no. 2 (2023): 165–76.
- Nugraha, Jefri Putri. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Manajemen, 2021.
- Prasetyo, Sofyan Mufti, Rehan Gustiawan, Faarhat, and Fabian Rizzel Albani. “Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia.” *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia* 2, no. 1 (2024): 65–71.

<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>.

- Putra, Muhammad Deni. “Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research* 3, no. 1 (2019): 83. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i1.288>.
- Putra, Trisna Mandala, and Syafruddin Pohan. “Pengaruh Iklan Tanggal Kembar Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Platform E-Commerce Di Indonesia : Kajian Literatur Kualitatif.” *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)* 4, no. 4 (2024): 2625–38.
- Qhadavi Nasution, Muammar, Suheri Harahap, and Anang Anas Azhar. “Pengaruh Promosi Gratis Ongkir E-Commerce Shopee Terhadap Minat Pembeli Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai.” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no. 6 (2023): 1869–76. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.1018>.
- Rahayu. “Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.” *Jurnal Manajemen* 15, no. 2 (2021): 223–36.
- Rahmayanti, Nida Putri. “Pengaruh Marketplace Dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin.” *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN* 10, no. 1 (2023): 28. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i1.9095>.
- Ratama, Niki, Munawaroh, and Sri Mulyati. “Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital.” *Abdi Jurnal Publikasi* 1, no. 1 (2022): 6–12. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/index>.
- Rhani Nastiti, and Edi Suswardji Nugroho. “The Effect Of Flash Sale And Discount Towards Impulsive Buying (Study On Shopee Users).” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 22, no. 4 (2020): 1–8.

- Rohmah, Firda Tazqiyatu, Firda Silviahana, Amanda Titasyfa, Zaini Ibrahim, and Wahyu Hidayat. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja.” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, no. 4 (2024): 3047–7824. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>.
- Rusmana, Acep Supriadi, and Faqih Samlawi. “Pengaruh Diskon, Cod, Dan Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial* 18, no. 1 (2024): 114–24. <https://doi.org/10.19184/jpe.v18i1.47045>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. 1st ed. Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Salsabilla, D. “Pengaruh Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-Commerce Shopee (Studi Mahasiswa FEBI IAIN Manado), 2022. <http://repository.iain-manado.ac.id/1521/%0Ahttp://repository.iain-manado.ac.id/1521/1/SKRIPSI PERPUS DINDA.pdf>.
- Sari, Vela Novita. “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen.” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, 2019.
- Sawitri, Prapti. “Pengaruh Viral Marketing, Flash Sale 12.12, Dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Marketplace Shopee.” *E – Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 2 (2023): 985–9985. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7111>.
- Septari, Fhany. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *FEBI UIN Ar-Raniry*, 2022.
- Siregar, Sofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Bandung: Alfabeta, CV, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, CV, 2019.
- Sumanto. *Teori Dan Aplikasi Metode Penelitian*. Jakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014.
- Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*, 2002.
- Sunarta. “Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital.” *Economic and Business Management International* ... 5, no. 1 (2023): 9–16.
<https://doi.org/10.556442/eabmij.v5i01>.
- Suparmoko. *Ekonomi Konsumsi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2013.
- Syahrizal, Eddy. “Profil Dan Sejarah Perusahaan Shopee.” Scribd, 2022.
<https://id.scribd.com/document/640946784/Profil-dan-Sejarah-Perusahaan-Shopee-Teknovidia>.
- Syifa Nurul Aulia, Indra Satria Nugraha, Alifia Fatimatun Nazya, Muhammad Dito Marcelino, Adi Prehanto, and Btari Mariska Purwaamijaya. “Korelasi Event Tanggal Kembar Terhadap Daya Minat Beli Masyarakat Di Shopee.” *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 1 (2023): 141–48.
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i1.711>.
- Umami, Elyza. “Harga Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar Volume* 1, no. 2 (2023): 12–24.
- Velina, Melly Amelia, and Maulana Rizky. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya

Hidup Dan Perilaku Konsumtif Santri / Santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura.” *Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin* 10, no. Prospek I (2022): 1–10.

Viona, Veronica, Kezia Yohanes, Laurencia Steffanie, and Mega Wijaya. “Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern.” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* I, no. 2 (2021).

Wahyudi. “PENGARUH FLASH SALE, CASHBACK DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KONSUMEN MUSLIM,” 2022.

“Wawancara Dengan Pengasuh Pondok Tanggal 17 April 2025.” 2025.

“Wawancara Dengan Pengurus Pondok Tanggal 10 November 2024.” 2024.

“Wawancara Dengan Pengurus Pondok Tanggal 12 November 2024.” 2024.

Widjanarko, Wirawan, and Farhan Saputra. “Analisis Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia.” *JIMT : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4, no. 5 (2023): 678–85.

Yaziid, Mah Nela, Hardisem Syabrus, Program Studi, Pendidikan Ekonomi, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, and Mah Nela Yaziid. “Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Riau.” *Jurnal Akuntansi Manajemen Pajak Dan Produksi* 2, no. 1 (2024): 318–28.

LAMPIRAN 1

1. Kuesioner Penelitian