

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Saebani. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- Aprilia dan Hartono, “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung”, *Jurnal Sosiologi*, (2014), Vol, 15. No. 1.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bima Aksara, 1983.
- Armawy, Armaidly. *Dampak Konsumerisme*. Yogyakarta: Pensil Komunika, 2006.
- Asri, Marwan dan John Suprihanto, *Manajemen Perusahaan Pendekatan Operasional, Edisi Satu*. Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumsi*. Terj. Wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005.
- Bilson, Simamora. *Membongkar Kotak Hitam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Demartoto, Argyo. “Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard: Realitas Semu”, *Jurnal Sosiologi DILEMA*, (2009), Vol. 21, No. 2.
- Destisya, Jhulia. “Peran *Peer Group* Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya”, *Jurnal Sosiologi Nusantara*, (2019), Vol. 5. No. 2.
- Fadhilah, “Relevansi Logika Sosial Konsumsi Dengan Budaya Konsumerisme Dalam Perspektif Epistimologi Jean Baudrillard”, *Jurnal Kybernan*, (Maret 2011), Vol. 2, No. 1.
- Fromm. *Masyarakat yang Sehat*. Terj. Sutrisno. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995.
- Gushevinalti, “Telaah Kritis Perspektif Jean Baudrillard Pada Perilaku Hedonisme Remaja”, *Jurnal IDEA*, (Maret 2010), Vol. 4, No. 15.
- Herdiansyah. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Hermawan, Fransisca. “Masyarakat Kota dan Gaya Hidup Konsumtif”, *Jurnal Penelitian Fajar*, (Juni, 2004), Vol. 1, No.1.
- Husein, Umar. *Riset Pasar Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, Cetakan ketiga, 2003.
- Keraf, Gorys. *Eksposisi, Komposisi Lanjutan II*. Bandung: Grasindo, 1995.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo, 2000.

- Lestari, Sri Budi. *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016.
- Lubis, Mahdalena dan Leila Mona Ganiem, "Pencapaian *Brand Corporate* Melalui *Brand Activation* Pendekatan *Experiential Marketing*", *Jurnal Komunikasi*, (Juli 2017), Vol. 9, No.1.
- M. Soehada. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Suka Press, 2012.
- Margaretha Kushendrawati, Selu. "Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial", *Jurnal Makara Sosial Humaniora*, (Desember 2006), Vol. 10, No. 2.
- Maryati. *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN, Edisi Revisi Cetakan Kedua 2010.
- Moh. Nasir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1999.
- Moleong, J. Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Nastain, Muhammad. "Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk)", (April 2017), Vol. 5, No. 1.
- Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Pawanti, Mutia Hastiti. "Masyarakat Konsumerisme menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", (2013).
- Quart, Alissa. *Belanja sampai Mati*. Yogyakarta: Resist Book, 2008.
- Ridwan, *Statistika untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah atau Swasta*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Terj. Alimandan. Jakarta: CV. Rajawali, 2004.
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Edisi Kedelapan, 2012.
- Rohman, Abdur. "Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa", *Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, (Desember, 2016), Vol. 24, No. 2: 238.
- Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Soekamto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Cetakan ke Empat, 1990.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2005.

- Suhadi, Agus. *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merk*. Bandung: Quantum Bisnis dan Manajemen, 2005.
- Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2005.
- Tambunan, Tulus. *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Yudha Wardana, Rinda. "Representasi Budaya Populer Dalam Mengonsumsi Produk Fashion Bermerk", *Jurnal Sosiologi DILEMA*, (2017), Vol. 32, No. 2.

Wawancara

- Wawancara AS, Mahasiswa, Kediri, pada 14 Mei 2020, pukul 10.41.
- Wawancara IAW, Mahasiswa, Kediri, pada 18 Mei 2020, pukul 12.43.
- Wawancara DBR, Mahasiswa, Kediri, pada 3 Juni 2020, pukul 12.40
- Wawancara EEPA, Mahasiswa, Kediri, pada 7 Juni 2020, pukul 10.03.
- Wawancara LRA, Mahasiswa, Kediri, pada 9 Juni 2020, pukul 10.49.
- Wawancara DSPP, Mahasiswa, Kediri, pada 10 Juni 2020, pukul 15.05.
- Wawancara AP, Mahasiswa, Kediri, pada 15 Juni 2020, pukul 11.37.
- Wawancara LAC, Mahasiswa, Kediri, pada 19 Juni 2020, pukul 10.38.
- Wawancara NS, Mahasiswa, Kediri, pada 15 Mei 2020, pukul 11.13.
- Wawancara FS, Mahasiswa, Kediri, pada 16 Juni 2020, pukul 14.16.

Observasi

- Observasi, di kampus IAIN Kediri, 13 Februari 2020.
- Observasi, di kampus IAIN Kediri, 20 Maret 2020.
- Observasi, di kampus IAIN Kediri, 23 Maret 2020.