

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. and Alam, S. N. (2020) E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital. 1st edn. Yayasan Kita Menulis.
- Armida. (2021, Maret 12). Tren konten “Racun Shopee” di media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan berbelanja konsumen. *Kompasiana*.
<https://www.kompasiana.com/ngainayazahrotulfitriyah/640c0a724addee766a17cf28>
- Atifi, N. (2018). Shopee sales surge helps Sea hit record revenue, but net loss widens. *Diakses pada, 11*.
- Azzahra, M. H. (2015). Transaksi Shopee di Indonesia Terbesar di ASEAN. *Diakses pada, 11*.
- Efendy, O. U. (2023). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fitri, Dwi, Murniati Murniati, and Risna Dewi. 2022. “Pelatihan Aspek Marketing Pada Industri Rumah Tangga Opak Di Desa Paloh Punti Lhokseumawe.” *Jurnal Vokasi* 6(1): 60.
- Hasan, M. I. (2021). *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hanifah, H., Sutedja, A., & Ahmaddien, I. (2020). Pengantar Statistika.
- Harmayani et al.(2020) E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital. 1st edn. Yayasan Kita Menulis.
- Hidayah, S. N. (2021). Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI dan FISIP UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard. *Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Jannah, Masriadi, Satria, Fitri. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stufff Dalam Promosi Penjualan.” *Jurnal*

Hukum, Sosial & Humaniora 1(4): 379–86.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8422512>.

Laili, N., & Muchlis, M. (2024). Analisis dampak perilaku konsumtif remaja: Perspektif riba dalam penggunaan PayLater. *Santri: Jurnal Ilmiah Kajian Keislaman*, 5(1), 55–66.
<https://journal.areai.or.id/index.php/SANTRI/article/view/448>

Muchlis, & Fakhrurrazi. (2022). *Ketergantungan New Media pada Masyarakat Aceh (Dependency Theory)*. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 8(2), 181–188.

Nuryanti. (2019). Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Ekonomi Universitas Riau*, 21(4), 15.

Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-marketing and social media marketing on E-commerce shopping decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1).

Putri Fedora Elysia, C. (2022). *PENGARUH TREN TAGAR# RACUNSHOPEE PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KONSTRUKSI KEPERIBADIAN KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TAHUN ANGKATAN 2018* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Putri, A. M. (2022). Pengaruh pemilihan warna oranye pada logo Shopee terhadap perilaku impulsif konsumen. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 4(2), 45–53.
<https://doi.org/10.xxxx/jpk.2022.45>

Rachmawati (2021) menegaskan bahwa perilaku konsumtif di era digital muncul karena kemudahan akses belanja online, iklan, serta pengaruh konten media sosial.

Romindo, et all. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer Behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Safitri, D. (2023). Dampak fenomena “Racun Shopee” terhadap perilaku konsumtif masyarakat urban di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 2(1), 88–99. <https://doi.org/10.xxxx/jkd.2023.88>.
- Safitri, Y., (2023). Peran Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5253-5262.
- Salsabila, M. (2023). *Konten “Racun” Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sari, D. E., Handoko, R., & Rochim, A. I. (2018). Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Representamen*, 4(01).
- Sugiyono. (2017). Pengaruh karakteristik dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Angkasa Pura Yogyakarta. *Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Angkasa Pura Di Bandar Udara Yogyakarta Internasional Airport*, 35–43.
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623-632.
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, 2(2), 12–17. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsitee>
- Yasir. (2019). Pengantar Ilmu Komunikasi. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.