

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugrahati, R. D. S. (2014). *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi*, 5.
- Aravik, H. (2016). *Eoknomi Islam Konsep Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam*. Malang: Empatdua.
- Engel, J. F. (2002). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2010). *Teori Kepribadian Theories of Personality*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Hasibuan, M. S. P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, M. (2010). *An Indroduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.
- Jalaluddin Rakhmat. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Juju, D., & Studio, M. (2010). *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress + Wp E-commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Juniaditha, A. (2015). Strategi media relations pt.telkom regional iv jateng & diy. *Skripsi*, 9.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Paramitha, N. (2014). Perbedaan Perilaku Konsumtif Remaja Di tinjau dari Status Sosial Ekonomi Orangtua. *Skripsi*, 12–13.
- Salim, A. (2006). *Teori Penelitian Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto, P. R. B., Trikartono, P. D., Si, M., Haryono, B., Si, M., Slamet, D. Y., & Zuber, A. (2012). Dilema Dialektika Masyarakat. *Jurnal Sosiologi*, 29(1), 45–52.
- Thohiroh, A. Q. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*, 3–4.

## **Internet**

Isparmo.2016. *“Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016”*  
(<http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>). Diakses Pada 3 Maret 2017 pukul 1:59 WIB.

Wyndo Mitra.2014. *“Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini”*

(<http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini>). Diakses pada 3 maret 2017 pukul 12:57 WIB)

Krisnamurti, Dahlia. 2012. *“Terungkap! Alasan Belanja Online Kian Digemari”*

(<http://m.inilah.com/news/detail/1895045/terungkap-alasan-belanja-online-kian-digemari>). diakses pada 10 Maret 2017 pukul 1:12 WIB

Badan Pusat Statistik Kota Semarang

(<https://semarangkota.bps.go.id/Subjek/view/id/12#subjekViewTab2|accordion-d-aftar-subjek1>) Diakses pada 9 mei 2017 pukul 21:38 WIB

Pemerintah Kota Semarang

(<http://semarangkota.go.id/>) Diakses pada 25 September 2017 pukul 20:12 WIB