

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, A. Z., & Laeliah, L. (2020). E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Abdullah, A., & Rahman, M. (2023). *Consumer religiosity and ethical purchasing in Muslim e-commerce markets*. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(4), 977–994.
- Afifah, A. N. (2025). *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Gaya Hidup Halal Generasi Z di Provinsi Lampung* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Agustini, D. P., Hilda, H., & Agustina, R. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja Melalui Aplikasi Belanja Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 14-20.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131.
- Al-Munawar, M. S., & Shafie, M. (2023). *Digital religiosity and online consumer ethics in Muslim-majority markets*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(4), 812–829.
- Amalia, R., et al. (2024). *Konsumsi etis dan perilaku digital Muslim: Kajian literatur ekonomi syariah kontemporer*. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Ekonomi Syariah*, 9(1), 33–50.
- Amalia, T., Aliffa, S. P., & Setiawan, R. A. (2023). Strategi Digital Marketing Shopee di Era E-commerce Kontemporer. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(1), 319–329.
- Ariffin, N. M., Hassan, R., & Rahman, M. (2023). *Moderation (Wasathiyah) as a determinant of responsible Islamic consumption*. *International Journal of Ethics and Systems*, 39(3), 456–475.
- Arifin, A. (2024). Prinsip Dasar Dan Aspek Filosofis Konsumsi Dalam Ekonomi Syariah. *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 3(2), 65-73.
- Aulia, M. Z. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim di Lazada Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Dhameria, V., Nurnilasari, N., Mahmud, M., & Kwartawati, N. N. (2024). Influence E-Commerce Regarding Consumer Behavior On The Shopee Application. *International Journal Of Accounting, Management, And Economics Research*, 2(1), 140-159.
- Cahyani, A. D., Agustiani, N., Aprianto, Y., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Marketing dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Islam UIN Raden Intan Lampung. *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif*, 1(4), 51-64.
- Cantika, R., & Arianto, T. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Service IT Quality, Persepsi Risiko Terhadap Behavior Intention Pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 5(2), 310-324.
- Center, K. I. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023*.
- Chaidir, M., & Irawan, D. (2024). Strategi Pemasaran Digital: Memahami Perjalanan Konsumen di Era Digital. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(4), 356–363.
- Dani, R., Firayanti, Y., & Wulansari, F. (2024). Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nadhlatul Ulama Kalimantan Barat). *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(8), 561-580.
- Devita, M., Nawawi, Z. M., & Aslami, N. (2021). Shopee's e-commerce marketing strategy in international business. *Journal of Social Research*, 1(1), 27-31.
- Dwi Putri Agustini, Hilda Hilda, & Ria Agustina. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja Melalui Aplikasi Belanja Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 14–20.
- Efendi, A., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh E-Wom dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja produk fashion secara online di Shopee (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4).
- Fanani, M. A., Sudiro, A., & Sunaryo, S. (2025). *Harnessing the power of app attributes on online fashion impulse purchasing among female Muslim shoppers. Journal of Islamic Marketing*.
- Fillah, H. (2019). Perilaku konsumen E-Commerce perspektif syari'ah: Studi perilaku berbelanja Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya pada Tokopedia dan Shopee [PhD Thesis]. *UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Fithratul'uyun, S., Khudori, K. U., & Hendrianto, H. (2024). *Pengaruh Fitur Shopee Paylater dan Perilaku Impulse Buying Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah*.
- Hafiza, N., & Shoffah, S. N. A. (2024). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26 (1), 24-35.
- Hassan, S., & Khan, M. N. (2022). *Islamic principles of consumption and contemporary consumerism. Asian Journal of Business Ethics*, 11(2), 223–240.
- Harahap, M. G., Krahara, Y. D., Polimpung, L. J. C., Fikriando, E., Siddiqa, H., Annas, M., & Chakim, M. H. R. (2024). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Sada Kurnia pustaka.
- Hanung, D. M. V. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui ECommerce. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.35968/jbau.v6i1.626>
- Hermansyah, T., Syariah, F. E., Qolbi, N., & Syariah, F. E. (2023). Pengaruh Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee). 2(1), 35–42.

- Haris, M. (2024). Peran Ekonomi Islam dalam Mengatasi Krisis Global: Studi Kasus Pertumbuhan Ekonomi Syariah di Indonesia. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(11), 4517-4525.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-taqaddum*, 21-46.
- Hasanah, C. (2022). *Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Kota Bengkulu Pada E-Commerce Perspektif Yusuf Qardhawi* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. Diakses pada hari Kamis 3 Agustus 2024 Pukul 10.30 WIB.
- <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses pada hari Jumat 4 Agustus 2024 Pukul 16.30 WIB.
- <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/June/14/laporan-perilaku-konsumen-e-commerce-indonesia-2023>. Diakses pada hari sabtu, 7 September 2024 Pukul 11.10 WIB
- <https://m.jpnn.com/news/shopee-dianggap-sebagai-platform-e-commerce-yang-paling-memuaskan>. Diakses pada hari kamis, 31 Oktober 2024 Pukul 07.30 WIB
- <https://satudata.kemendag.go.id/> Diakses pada hari kamis, 9 Desember 2024 Pukul 09.00 WIB
- <https://www.steialishlah.ac.id/> Diakses pada hari Rabu, 12 Maret 2025 Pukul 13.00 WIB
- Inahuhidayah, S. N., Nurmasita, U. D., Gunawan, M. W., Handayani, T. S., Yati, Y., & Adiningrum, S. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Belanja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pontianak. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 90-102.
- Indonesia, A. (2024). *Apjii jumlah pengguna internet indonesia tembus 221 juta orang*. APJII.
- Kusumaningsih, L. (2023). Perilaku Konsumen Pada Generasi Z Dalam Berbelanja Online Di Desa Jambon Kabupaten Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409-412.
- Manafe, L. A., Wibowo, B. S., & Nugroho, D. C. (2025). Menelusuri pembelian impulsif: dampak belanja hedonis, gaya hidup belanja, dan pengiriman gratis di kalangan mahasiswa manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 23-38.
- Marfuah, I., Miftah, M., & Noor, F. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Shopee dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21785-21792.
- Masluhah, S., Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware

- (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Mesatania, C. P. (2022). Factors influencing online buying behavior: A case of shopee customers. *Management Science and Business Decisions*, 2(1), 18-30.
- Muhamad, A. (2024). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompert Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa Kota Bandar Lampung). Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian eksploratif komunikasi. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 22(1), 65-74.
- Munawaroh, D. (2024). *Tinjauan Fikih Persaingan Usaha Terhadap Praktik Persaingan Usaha di Platform Shopee* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nasir, K. M. (2022). Islamic revivalism and Muslim consumer ethics. *Religions*, 13(8), 747. <https://doi.org/10.3390/rel13080747>
- Nisa, L. (2023). *Attitude-Behavior Gap in Islamic Consumption Practices among Millennials*. *Islamic Marketing Review*, 7(3), 55–70.
- Novita, U. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Aplikasi Shopeedi Kota Pekanbaru. *Al-Manar Journal of Accountancy and Business Studies*, 1(1), 32-45.
- Putri, S., & Hidayat, A. (2024). *Internalisasi Nilai Syariah dalam Konsumsi Digital Mahasiswa Muslim*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 14(1), 33–48.
- Putri, R. P., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital: Dampak E-Commerce terhadap Perkembangan E-Business di Indonesia. *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, 2(2), 20–31.
- Putri, C. S., & Sutjipto, T. S. (2022). Analysis Of Consumer Behavior In Online Shopping: Islamic Perspective. *Airlangga International Journal of Islamic Economics & Finance*, 5(1).
- Putri, M., & Santoso, R. (2022). *The impact of e-commerce growth on Indonesia's economy: Employment, GDP, and SME empowerment*. *Journal of Digital Business and Innovation*, 10(2), 123-137.
- Putro, P. C. (2024). *Penggunaan Laptop Bagi Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Ditinjau Dari Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Qardhawi, Y. (2000). *Peran Etika Islam dalam Konsumsi*. Jakarta: Gema Insani.
- Qardhawi, Y. (2001). *Ekonomi Islam dan Konsumsi Muslim*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Qardhawi, Y. (2005). *Kritik terhadap Gaya Hidup Materialisme*. Jakarta: Gema Insani.
- Rahayu, D. W. S. (2022). Perilaku konsumen dalam penggunaan voucher shopee. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 53-60.
- Rahim, A. (2023). *Indonesia's booming e-commerce industry: Growth, opportunities, and challenges*. *International Journal of Digital Economics*, 5(3), 210-225.

- Rahmawati, L. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1796-1806.
- Rahman, A., & Abdullah, M. (2023). *Digital Literacy and Islamic Consumer Ethics among Muslim Students in Indonesia*. *Journal of Islamic Economics*, 15(2), 112–127.
- Rachmat Kriyantono, (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 156
- Regina, R., & Hasdiansa, I. W. (2024). Consumer behavior in purchasing shopee online products: Literature review. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(3), 373-379.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rosada, P. I., & Widigdo, M. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Melalui Shopee Saat Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1658- 1666. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7123>
- Shahbaz, Sulaiman & Khan, (2024). *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(2), 223–240)
- Salsabila, N. Z., & Rusdianto, R. Y. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Informasi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Konsumen Online: Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Wilayah Sidoarjo. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(8), 3399-3409.
- Salwa, D. K. (2019). Teori konsumsi dalam ekonomi islam dan implementasinya. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 172-189.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Sifa, M. A. (2024). Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Era E-Commerce: Studi Kasus Tentang Belanja Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 6(1), 274-286.
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6).
- Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1), 115-128.
- Suhardi, A. A., Siregar, S., & Dharma, B. (2023). Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Memanfaatkan Dompot Digital. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3713-3723.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Umar, M. A. (2024). Penggunaan Shopee Paylater di Era Society 5.0 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Journal of Islamic Economic and Law (JIEL)*, 1(2), 25-32.
- Wahida, N., Parakkasi, I., & Sudirman, S. (2024). Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 7(2), 151-169.
- 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.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2022). *Islamic consumerism and digital markets: Ethics, sustainability, and identity*. *Journal of Business Ethics*, 180(3), 789–804.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 505. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268>
- Zafar MB, Abu-Hussin MF (2025), "Halal purchasing decisions and consumer behavior: a multi method review". *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2024-0365>

