

REFERENSI

- Afrianto, Adrian Pratama. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* ISSN : 2655-8238, Vol. 3, No.1.
- Apriani, Devia R. (2017). *Analisis Semiotika Iklan Bukalapak Versi "Ceo Minta Maaf" di Media Sosial Youtube*. Skripsi. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Fakultas Ilmu Komunikasi: Jakarta.
- Aprilianti, Fiera. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Generasi Milenial Pada Shopee di Era Pandemi. *Research Gate*. Artikel.
https://www.researchgate.net/publication/355843588_Pengaruh_Perilaku_Konsumen_Generasi_Milenial_Pada_Shopee_di_Era_Pandemi
- Assaad, Sukmawati. (2016). Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syariat Islam). *Al Amwal*, Vol I. No. 1.
- Astutik, Yuni. (2021). CNBC Indonesia: Shopee Sumbang Omzet Terbesar untuk UMKM Saat Pandemi yang diakses pada laman
<https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210504103920-25-242959/shopee-sumbang-omzet-terbesar-untuk-umkm-saat-pandemi> diakses pada hari Kamis tanggal 10 Februari 2022 Pukul 10.33 WIB.
- Atmadi, Tanjung. (2017). Kajian Desain Interior PT Pupuk Sriwidjaya dengan Konsep Modern Minimalis. *NARADA, Jurnal Desain dan Seni, FDSK*, Vol. 4, Edisi 3.
- Bahfein, Suhaiela. (2020). 3 Barang Penting yang Harus Ada di Ruang Makan yang diakses pada laman <https://properti.kompas.com/read/2020/02/28/133525721/3->

tanggal 11 Juni 2022 Pukul 10.11 WIB.

CNN Indonesia. (2020). Bukan Cuma Perempuan, Pria Juga Boros Belanja Online yang

diakses pada laman

[https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200811152606-185-](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200811152606-185-534535/bukan-cuma-perempuan-pria-juga-boros-belanja-online)

[534535/bukan-cuma-perempuan-pria-juga-boros-belanja-online](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200811152606-185-534535/bukan-cuma-perempuan-pria-juga-boros-belanja-online) diakses pada

hari Selasa tanggal 15 Februari 2022 Pukul 09.56 WIB.

Conita, Adrian, dkk. (2021). IKLAN TOKOPEDIA VERSI BTS SEBAGAI

REPRESENTASI KOREAN WAVES. *Jurnal Desain Vol.8, No.2, Januari*

2021, pp. 188-206.

Damayanti, Astri. (2018). *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial)*. Skripsi.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Ponorogo.

Desideria, Benedikta. (2016). Awas, Makan Sambil Main HP Bikin Gemuk diakses pada laman

[https://m.liputan6.com/health/read/2550248/awas-makan-sambil-main-hp-](https://m.liputan6.com/health/read/2550248/awas-makan-sambil-main-hp-bikin-gemuk)

[bikin-gemuk](https://m.liputan6.com/health/read/2550248/awas-makan-sambil-main-hp-bikin-gemuk) diakses pada hari Selasa tanggal 15 Februari 2022 Pukul 16.50

WIB.

Dewi, Stella, dkk. (2017). Perancangan Furniture Set untuk Aktivitas Keluarga di Ruang

Keluarga pada Area Hunian. *JURNAL INTRA Vol. 5, No. 2.*

Diela, Tabita. (2014). Tetap Cantik di Lorong Sempit! yang diakses pada laman

<https://properti.kompas.com/read/2014/01/07/1548268/Tetap.Cantik.di.Lorong>

[.Sempit.](https://properti.kompas.com/read/2014/01/07/1548268/Tetap.Cantik.di.Lorong) yang diakses pada hari Rabu tanggal 15 Juni 2022 Pukul 10.35 WIB.

Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

Manado. *Jurnal Holistik* ISSN: 1979-048, Vol. 13 No. 3.

Emia, Farahdilla & M. Ravi Marwan. Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 7, No.2.

Fahrika, A Ika, dan Juliansyah Roy. (2020). Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di Indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh. *Inovasi*, Vol. 16, No. 2.

Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwarra*, Vol. 1, No. 2, pp. 45-53.

Febri, Ramadhan. (2020). Website Balai Pelatihan dan Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Arti Warna Pada Logo pada laman <https://bpptik.kominfo.go.id/2020/12/23/8500/arti-warna-pada-logo/> yang diakses pada hari Kamis tanggal 10 Februari 2022 Pukul 10.03 WIB.

Febrinastri dan Hapsari. (2020). #BelanjaDariRumah dari Shopee, Solusi bagi yang Kerja dan Belajar di Rumah yang diakses pada laman <https://www.suara.com/lifestyle/2020/03/19/130257/belanjadarirumah-dari-shopee-solusi-bagi-yang-kerja-dan-belajar-di-rumah> yang diakses pada hari Jumat, 08 Oktober 2021 Pukul 10.00 WIB.

Hadley, Steven. (2021). Artists as cultural intermediaries? Remediating practices of production and consumption. *Arts and the Market*, Vol. 11 No. 3, pp. 200-216. <https://doi.org/10.1108/AAM-01-2021-0001>.

Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 9, No. 2.

Harto, Herry Puji. (2014). Trend Desain Furnitur Pemakai, Nilai Ekonomis, Dan Pengembangannya. *CORAK Jurnal Seni Kriya Vol. 3 No.1*.

Helmi, Arief. (2011). Perbandingan Gaya Belanja Etnis Sunda dan Jawa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4, No. 1*.

Hendariningrum, Retno & M. Edy Susilo. (2008). *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2*.

Irawati, Rina & I. B. Prasetyo. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 6 No. 2*.

Juniar dan Jusrianti. (2021). Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-Ibu Rumah Tangga di Makassar. *Jurnal Emik, Volume 4, Nomor 1*.

Kurniawati, Meike. (2020). Ancaman Perilaku Konsumtif di Tengah Pandemi Corona. Diakses pada https://amp-kompas.com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2020=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQFAGwASA%3D#AOH=16050994604074&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=From%20%251%24s. Diakses pada 11 November 2020 Pukul 20.53 WIB.

Kusyanto, Mohhamad. (2016). Dimensi Ruang Keluarga Ideal. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*.

Kompas.com. (2020). Bukan Mainan, Ini Bentuk Kasih Sayang Orangtua yang Dibutuhkan Anak diakses pada laman Bukan Mainan, Ini Bentuk Kasih Sayang Orangtua

<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/11/093302020/bukan-mainan-ini->

[bentuk-kasih-sayang-orangtua-yang-dibutuhkan-anak?page=all](https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/11/093302020/bukan-mainan-ini-bentuk-kasih-sayang-orangtua-yang-dibutuhkan-anak?page=all) pada tanggal

17 Februari 2022 Pukul 10.00 WIB.

Kompas.com. (2020). Jenis-jenis Kelompok Sosial diakses pada laman

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/24/170453969/jenis-jenis->

[kelompok-sosial?page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/24/170453969/jenis-jenis-kelompok-sosial?page=all) yang diakses pada hari Jum'at tanggal 11 Februari

2022 Pukul 12.06 WIB.

Kompas.com. (2019). Mempercantik Dapur, Si Jantung Rumah yang diakses pada laman

<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/01/31/082100120/mempercantik->

[dapur-si-jantung-rumah](https://lifestyle.kompas.com/read/2019/01/31/082100120/mempercantik-dapur-si-jantung-rumah) diakses pada hari Sabtu tanggal 11 Juni 2022 Pukul

09.38 WIB.

Kompas.com. (2020). Selain Mager, Berikut 4 Bahaya Bangun Tidur Langsung Main HP

diakses

pada

laman

<https://health.kompas.com/read/2020/01/04/060000368/selain-mager-berikut->

[4-bahaya-kebiasaan-bangun-tidur-langsung-main-hp?page=all](https://health.kompas.com/read/2020/01/04/060000368/selain-mager-berikut-4-bahaya-kebiasaan-bangun-tidur-langsung-main-hp?page=all) pada tangga 17

Februari 2022 Pukul 10.20 WIB.

Lidwina, Andrea. (2020). Jadwal Belanja Konsumen di E-Commerce Kebanyakan di Siang

Hari - Proporsi Transaksi E-Commerce berdasarkan Waktu (2020) diakses pada

laman <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/jadwal-belanja->

[konsumen-di-e-commerce-kebanyakan-di-siang-hari](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/jadwal-belanja-konsumen-di-e-commerce-kebanyakan-di-siang-hari) pada hari Kamis tanggal

17 Februari 2022 Pukul 09.45 WIB.

Liputan6.com. (2022). Shopee Jadi Raja E-Commerce Indonesia di 2021 diakses pada laman

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4872300/shopee-jadi-raja-e-commerce->

11.30 WIB.

Mahera, Nikenzha. (2020). Krisis Ekonomi di Indonesia Disebabkan Oleh Pandemi Covid-19.

Research Gate. Makalah. Universitas Padjajaran.

https://www.researchgate.net/publication/341026575_krisis_ekonomi_di_indonesia_disebabkan_oleh_pandemi_covid-19

Marpaung, Enrico, dkk. (2020). Pandemi COVID-19: Dampak Sosial-Ekonomi, Tantangan, dan Potensi Solusi (Sudut Pandang Sosiologis). *ResearchGate. Makalah. Universitas Indonesia.*

Martiyanti, Dwi. (2015). Perbedaan Gender Mengenai Perceived Risk Pada Pembelian Online.

Kinerja Vol 12. No 2.

Maret, Esra Dopita. (2021). 6 Benda yang Wajib Ada Kamar Mandi yang diakses pada laman

<https://www.kompas.com/homey/read/2021/10/03/103500776/6-benda-yang-wajib-ada-kamar-mandi> diakses pada hari Sabtu tanggal 11 Juni 2022 Pukul 09.26 WIB.

Maulana, Abdul Haris. (2020). 10 Perlengkapan yang Wajib Ada di Kamar Tidur, Apa Saja?

Yang diakses pada laman

<https://www.kompas.com/homey/read/2020/12/21/170600476/10-perengkapan-yang-wajib-ada-di-kamar-tidur-apa-saja-?page=all> diakses pada hari Sabtu tanggal 11 Juni 2022 Pukul 09.18 WIB.

Maulana, dkk. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Majalah Ilmiah Bijak Vol. 17, No. 1, pp. 28-34.*

Mahasiswa Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari.

UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi, Vol. 3, No.1.

Nugraheni, Ria Dwi. (2018). Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perum Perumnas Cabang Mojokerto Lokasi Madiun).

Jurnal Equilibrium, Vol. 6, No. 1.

Nurchayadi, Ghani. (2021). Riset : 74,5 % Konsumen Lebih Banyak Berbelanja Online Daripada Offline diakses pada laman

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen-lebih->

[banyak-berbelanja-online-daripada-offline](https://mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline) diakses pada hari Jum'at tanggal 11 Februari 2022 Pukul 10.22 WIB.

Oktavianti, Henny & Zakik. (2017). Perilaku Konsumsi Rumah Tangga dan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Makro Ekonomi Kabupaten Bangkalan. *MediaTrend, Vol. 12, No. 1.*

Pandowo, Aditya. (2019). Pengaruh Prestise Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Harga Premium: Peran Cinta Merek sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.8, No.2.*

Pardede, T. (2019). Representasi Gaya Hidup Modern Dalam Iklan Gojek. *JOM FISIP Vol. 6: Edisi I.*

Pawanti, Mutia. (2013). Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard. *Jurnal FIB, UI.*

Pramono, Yuni Setyo. (2008). Konsep Tentang Home dan Identitas Arsitektur Hunian. *Spectra Nomor 11 Volume VI.*

Berbelanja Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 3.

Priambodo, Rikat. (2017). Analisis Makna Denotasi dan Konotasi dalam Iklan Bukalapak Pada Serial Youtube “Medok Pendekar Jari Sakti”. *Paradigma ISSN 1410-3133*, Vol. 21, No. 2.

Prospeku.com. (2022). 14 Model Dapur Minimalis Modern Terbaik, Sederhana Nan Cantik diakses pada laman <https://prospeku.com/artikel/dapur-minimalis-modern---3891> pada tanggal 16 Februari 2022 Pukul 10.30 WIB.

Putri, dkk. (2021). Pemaanfaatan Aplikasi Toko Online Terhadap Kebutuhan Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat> E-ISSN: 2714-6286.*

Rukiah, Yayah. (2016). Fesyen Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Studi Kasus: Gaya Hijabers Community. *Dimensi DKV*, Vol.1-No.2.

Setiawan, Wawan. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan ISBN. 978-602-50088-0-1*.

Shopee.co.id. (2019). Waspada 4 Bahaya Membawa Ponsel di Kamar Mandi yang diakses pada laman <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/waspada-4-bahaya-membawa-ponsel-ke-kamar-mandi/> diakses pada hari Selasa tanggal 15 Februari 2022 Pukul 16.31 WIB.

Shopee Indonesia. (2020, April 09). *Di rumah bingung mau ngapain? #ShopeeDariRumah aja!*. Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=VYoeX4bMYow>

<https://www.youtube.com/watch?v=CBZ8Y3RjGoU>

Shopee Indonesia. (2021, Juli 10). *Nggak perlu keluar rumah, ada #ShopeeDariRumah.*

Youtube, https://www.youtube.com/watch?v=X_D8yIGvhz8

Shopee Indonesia. Tentang Shopee - Karir laman <https://careers.shopee.co.id/about/> diakses pada hari Jumat, 08 Oktober 2021 Pukul 11.00 WIB.

Solihin, Olih. (2015). Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. V, No. 2.*

Solikatun, dkk. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi, Vol. 4, No. 1, pp. 60-74.*

Suswanto, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Positioning di tengah Pandemi COVID-19 Di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi, E-ISSN: 2614-0381, ISSN: 2614-0373, Vol. 3, No. 2.*

Tamon, Richard. (2021). Ini Dia Juara *e-Commerce* Indonesia Tahun 2021 diakses pada laman <https://jaktimnews.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-893123559/ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia-tahun-2021> yang diakses pada hari Sabtu tanggal 12 Februari 2022 Pukul 10.09 WIB.

Ulfa, N. S. (2012). Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan dan Stratifikasi Sosial (Dalam Bingkai Pemikiran Jean Baudrillard). *FORUM, vol. 40, no. 1, pp. 34-41.*

Wibowo, Radetya Agung. (2015). Kesuksesan E-commerce (Online Shopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 20, Nomor 1.*

Yulis. (2021). *Shopee Dari Rumah: Solusi Mudah Penuhi Kebutuhan Penting di Masa Pandemi* yang diakses pada laman

mudah-penuhi-kebutuhan-penting-di-masa-pandemi yang diakses pada hari

Jumat, 08 Oktober 2021 Pukul 11.00 WIB.

Yusuf, Muhammad. (2019). Analisis Semiotika Roland Barthes dan Nilai Pendidikan Karakter

Pada Iklan Menjadi Yang Terbaik Dengan Internet Terbaik Telkomsel.

Repository Institusi Universitas Islam Majapahit -

<http://repository.unim.ac.id/id/eprint/112>.