

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Acocella, J. R., & Calhoun, J. F. (1990). *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan*. (Alih bahasa: Satmoko, R.S). IKIP Press
- Adona, S. (2006). *Citra dan kekerasan simbolik dalam iklan perusahaan di televisi*. Universitas Andalas.
- Basri. (2014). *Metodologi penelitian sejarah*. Restu Agung.
- Bourdieu, P. (2010). *Dominasi maskulin*. Jalasutra.
- Bungin, B. (2001). *Erotika media massa*. Muhammadiyah University Press.
- Bungin, B. (2005). *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi, dan keputusan konsumen serta kritik terhadap peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Prenadamedia Group.
- Damsar, & Indriyani. (2019). *Pengantar sosiologi kapital*. Prenadamedia Group.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Addison Wesley Longman.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. Longman Publishing.
- Fairclough, N. (2006). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Fitrah, & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian; penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and capitalism: a critical theory*. University of Westminster Press.
- Gunadi, A. A., & Oisina, I. V. (2015). *Etika periklanan*. Universitas Muhammadiyah Jakarta Press.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, & Indrayani, I. (2021). *Komunikasi massa*. Penerbit Qiara Media.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian kualitatif; studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*. Wal Ashari Publishing.
- Harker, R., dkk. (2009). *(Habitus x modal) + ranah = praktik; pengantar paling komprehensif kepada pemikiran Pierre Bordieu*. Jalasutra.
- Ilardo, J. A. (1981). *Speaking persuasively*. Prentice Hall College Div.

- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana.
- Lister, M. (2003). *New media: a critical introduction*. Routledge.
- Martono, N. (2012). *Kekerasan simbolik di sekolah, dominasi kelas dan kapitalisasi gaya baru*. PT Raja Grafindo Persada.
- Moeliono, A., dkk. (1997). *Tata bahasa baku bahasa Indonesia*. PT. Balai Pustaka.
- Morissan. (2010). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*. Prenada Media.
- Rahardi, K. (2005). *Pragmatik: kesantunan imperatif bahasa Indonesia*. Penerbit Erlangga.
- Sutherland, M., & Sylvester A. K. (2005). *Advertising and the mind of the consumer*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sutton, R. (2001). *Don't get taken every time: the ultimate guide to buying or leasing a car in the showroom or on the internet*. Penguin Books.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: (teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development)*. (Rusmini, Ed.). Pusaka Jambi.
- Sutarman. (2013). *Tabu bahasa dan eufemisme*. Yuma Pusaka.
- Suyanto, B., & Amal, K. (2010). *Anatomi dan perkembangan teori sosial*. Aditya Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2011). *Service quality and satisfaction* (2nd). Andi.
- van Dijk, T A. (2015). Critical Discours Analysis. Dalam D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton (Ed), *Handbook of discourse analysis* (2nd) (h.466-485). John Wiley & Sons.
- Waluya, B. (2007). *Sosiologi: menyelami fenomena sosial di masyarakat*. Setia Purna Inves.

Jurnal

- Ali, A. M. D., & Yusof, H. (2011). Quality and qualitative studies: The case of validity, reliability, and generalizability. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 5(1/2), 25-26.
- Anshori, I. F. (2020). Analisis kepuasan pengguna ShopeePAYlater menggunakan model Delone & Mclean sebagai media pengajuan kredit online. *Responsif*. 2, 191-197.

- Asja, H. J., dkk. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater: studi kasus masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*. 2(4), 309-325.
- Hadi, I. P. (2009). Perkembangan teknologi komunikasi dalam era jurnalistik modern. *Jurnal Ilmiah scriptura*. 3(1). 69-84.
- Fatmawati, N. I. (2020). Pierre Bourdieu dan konsep dasar kekerasan simbolik. *Madani; Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*. 12 (1). 41-60.
- Fauzan, U. (2013). Analisis wacana kritis model Fairclough. *Jurnal Pendidik*. 5(2). 2019-217.
- Fauzan, U. (2014). Analisis wacana kritis dari model Faiclough hingga Mills. *Jurnal Pendidik*. 6 (1). 1-15.
- Gusnita, C. (2017). Kekerasan simbolik berita kriminal di media massa. *Budi Luhur*. 71-82.
- Irawatie, A., Iswahyuni, Anagusti, T. T., Afrani, H. F. (2021). Analisis konten pembelajaran mata kuliah wajib universitas berbasis Karakter Bela Negara. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*. 5(1). 128-139
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L.W.P. (2021). Fenomena perilaku berbelanja menggunakan SPayLater serta dampaknya terhadap gaya hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent: Journal of Economics*. 1(3), 207-218.
- Launa, & Mudjiyanto, B. (2022). Kekerasan simbolik di ranah media (analisis kasus tayangan media televisi pada anak). *Oratio Directa*. 3(2), 577-615.
- Orienti, R., & Kurniawati, M. (2021). Factors Influencing intention to use SPayLater in Indonesia. *Manajemen Bisnis*. 8(2), 385-294.
- Novarisa, G. (2019). Dominasi patriarki berbentuk kekerasan simbolik terhadap perempuan. *Bricolage Magister Ilmu Komunikasi*. 5(2), 195-211.
- Roekhan. (2009). Kekerasan simbolik di media massa. *Bahasa dan Seni*, 38(2).
- Santana, E. D., Santana, L. A., Oliveira, A. S., Gobira, N. C., Miguens, L. C., Reis, L. A., & Reis, L. A. (2021). Symbolic violence on social media: Covid-19 and the elderly. *Research Society and Development*. 10(5), 1-10.
- Harlie, S., & Widayatmoko. (2018). Analisis wacana perilaku konsumtif dalam film Crazy Rich Asian. *Koneksi*. 2(2), 583-588.

Wahyudin, U. & Purwaningwulan, M. M. (2017). Konsumerisme pada iklan majalah Perempuan. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. 7(1). 1-10.

Skripsi dan Tesis

Amelia, A. H. I. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif*. [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. Repository UII.

Canestren, I. A. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. [Skripsi, Universitas Telkom]. Repository Universitas Telkom.

Dwizatmiko. (2010). *Kuasa Simbolik Menurut Pierre Bourdieu; Telaah Filosofis*. [Skripsi, Universitas Indonesia]. Digilib UI.

Hidayanti, N. A. A. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopeepay Sebagai Alat Transaksi*. [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. Repository UII.

Khairunnisa, N. (2022). *Persepsi Mengenai Metode Pembayaran E-Wallet Shopeepay pada Masyarakat Kota Bandung*. [Skripsi, Universitas Pasundan]. Repository Universitas Pasundan.

Lubis, S. B. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswi Fakultas Psikologi USU* [Skripsi, Universitas Sumatera Utara]. Repository Universitas Sumatera Utara.

Lutfillah, A. A. (2014). *Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure Pada Iklan "ARB" Partai Golongan Karya (GOLKAR) di Televisi Swasta Versi Petani Pahlawan Bangsa* [Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo]. Repository IAIN Walisongo.

Ramadhaan, S. B. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Risiko, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Online Menggunakan Shopeepaylater*. [Skripsi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya]. Repository Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Roostandi, M. S. (2010). *Ideologi dan identitas Konsumen Factory Outlet: Studi Kasus Pada Konsumen The Secret Factory Bandung* [Tesis, FIB UI]. Repository Universitas Indonesia.

- Sapura, P.S. (2018). *Analisis wacana kritis iklan film pendek line versi “Ada apa dengan cinta?”*. [Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Setyawati, N. R. D. (2021). *Persepsi Mahasiswa Sekolah Menengah Atas tentang Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Kemudahan Penggunaan E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Covid-19*. [Skripsi, Universitas Sanata Dharma]. Repository Universitas Sanata Dharma.
- Sidabutar. (2020). *Pengaruh Pengguna Fitur Shopee PayLater terhadap Loyalitas Pelanggan*. [Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara]. Repository Universitas Sumatera Utara.
- Siswoko. (2017). *Analisis Wacana Pemberitaan Pendirian Pabrik Semen Indonesia di Suaramerdeka.com*. [Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara]. Repository Universitas Diponegoro.

Sumber lain

- Ardianto, P. (2022, 2 Juni). Paylater Diproyeksi Tumbuh Tiga Kali Lipat Hingga 2024. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/934631/paylater-diproyeksi-tumbuh-tiga-kali-lipat-hingga-2024>
- Arum, R. (2022, 22 November). Prestise Adalah: Definisi Menurut Sosiologi dan Penggunaan Instagram Dalam Meningkatkan Prestise Sosial. *Gramedia Literasi*. <https://www.gramedia.com/literasi/prestise-adalah/>
- Aurelia, N. (td.). *Kelebihan dan Kekurangan Sistem Ekonomi Pasar di Singapura*. *Academia*. https://www.academia.edu/8825245/Kelebihan_dan_Kekurangan_Sistem_Ekonomi_Pasar_di_Singapura
- Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2022). *KBBI V luar jaringan*. Kementerian Pendidikan.
- Bank Indonesia. (2022). *Survei Konsumen Februari 2022*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/SK-Februari-2022.pdf>

- Cilik, W. (2022, 20 Januari). Lebih dari 500 jam konten segar diunggah ke YouTube setiap menit. *Life Indo*. <https://www.lifeindo.com/lebh-dari-500-jam-konten-segar-diunggah-ke-youtube-setiap-menit/>
- Nurdian, G. (2022, 22 Februari). Data e-commerce Indonesia 2022 (2 tahun pandemi). *Graha Nurdian*. <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/#1->
- Dewi, N. S. (2022, 17 Februari). Paylater Makin Eksis, Begini Potensi Bisnis Paylater di Indonesia. *Digationn.id*. <https://www.digationn.id/read/017808/paylater-makin-eksis-begini-potensi-bisnis-paylater-di-indonesia>
- Fadinillah, M. (2022, 4 Maret). Shopee Raup Pendapatan Rp73 Triliun di 2021, Melesat 136 Persen. Contoh konkret kepemilikan modal itu ialah pendapatan Shopee sebesar Rp73 Triliun di tahun 2021. *Tech in Asia*. <https://id.techinasia.com/pendapatan-shopee-naik-136-persen>
- Fadjaray, S. (2021). Mengapa masyarakat menengah ke bawah cenderung banyak berbelanja. *Quora*. <https://id.quora.com/Mengapa-masyarakat-menengah-ke-bawah-cenderung-banyak-berbelanja>
- Fauzia, M. (2021). Indonesi turun kelas jadi negara berpenghasilan menengah ke bawah. *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2021/07/07/210847026/-indonesia-turun-kelas-jadi-berpenghasilan-menengah-ke-bawah?page=a>
- Gunawan, J. (2022). Iklannya keren ... sangat menghibur ... Hidup King Nassar !!! [Komentar YouTube pada Februari, 2022, diposting di SHOPEE Indonesia]. https://www.youtube.com/watch?v=blBRIweOIKI&list=PLTrAwf34LrJO_n9JnEBnP6GH908ZEYssX&index=14
- Harmony. (2021, 11 Juni). 5 alasan perilaku konsumtif semakin tinggi di Indonesia. <https://www.harmony.co.id/blog/5-alasan-perilaku-konsumtif-di-indonesia>
- Haryatmoko. (2003). Menyingkap kepalsuan budaya penguasa. *Majalah Basis*: Nomor 11-12 Tahun ke-52.

- Iswara, P. (2022, 20 Juli). Hasil Riset Kredivo dan KIC: Konsumen makin meminati paylater. *KataData*.
<https://katadata.co.id/padjar/digital/62988d6b0e9e8/hasil-riset-kredivo-dan-kic-konsumen-makin-meminati-paylater>
- Marnita, T. (2022). jadi ikutan nyanyi. seru banget [Komentar YouTube pada Februari, 2022, diposting oleh SHOPEE Indonesia].
https://www.youtube.com/watch?v=blBRIweOIKI&list=PLTrAwf34LrJO_n9JnEBnP6GH908ZEYssX&index=14
- Rahma, A. (2021, 15 Januari). Riset: Kinerja OJK di Mata Publik Dapat Nilai 78. *Liputan6*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4458488/riset-kinerja-ojk-di-mata-publik-dapat-nilai-78>
- Riadi, M. (2019, 15 Desember). Status Sosial Ekonomi (Tingkatan, Ukuran dan Faktor yang Mempengaruhi). *KajianPustaka.com*.
<https://www.kajianpustaka.com/2019/12/status-sosial-ekonomi.html>
- Saputri, Y. D. (2022, 2 Agustus). Kapitalis: pengertian, sejarah, ciri-ciri, dan contohnya. *IDN Times*.
<https://idntimes.com/business/economy/yusnida-dewi-saputri/apa-itu-kapitalis?page=all>
- Setiawan, B. (2012, 8 Juni). Kelas menengah: konsumtif dan intoleran. *Kompas*.
<https://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/11204529/~Nasional?page=all#page2>
- Setyowati, D. (2022, 7 Maret) Shopee prediksi pendapatan rp 131,1 triliun tahun ini. *KataData*.
<https://katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/62259d2e9bc26/shopee-prediksi-pendapatan-rp-131-1-triliun-tahun-ini>
- Shopee Indonesia. (2022, 2 Februari). *Belanja pakai SPayLater bareng King Nassar | beli sekarang bayar nanti* [Video].
<https://youtube.com/shopeeindonesia>
- Shopee Indonesia (td). <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sukmana, Y. (2022, 28 Februari). Daftar barang yang harganya naik di awal 2022, dari minyak goreng hingga elpiji. *MSN*.
<https://www.msn.com/id-id/ekonomi/ekonomi/daftar-barang-yang-harganya-naik-di-awal-2022-dari-minyak-goreng-hingga-elpiji/ar-AAUpsIs>

- Supriansyah. (2019, 4 Januari). Habitus kekerasan dalam masyarakat kita. Sampai kapan berakhir? *Islami.co*. <https://islami.co/habitus-kekerasan-dalam-masyarakat-kita-sampai-kapan-berakhir>
- Surono, A. (2022, 20 Juli). Survei: marketplace paling memuaskan pelanggan. *Akurat*. <https://akurat.co/survei-marketplace-paling-memuaskan-pelanggan>
- Tami, F. A. (2021, 15 April). Kisah Orang Terkaya: Forrest Li, Pendiri Shopee yang Merantau dari China ke Singapura warta ekonomi 27 juni 2022. *Warta Ekonomi*. <https://wartaekonomi.co.id/read337077/kisah-orang-terkaya-forrest-li-pendiri-shopee-yang-merantau-dari-china-ke-singapura>
- Takwin, B. (2022). Bahasa, ideologi dan pembuatan keputusan; Sebuah usulan kajian ideologi dalam psikologi sosial. https://www.academia.edu/9557966/Bahasa_Ideologi_dan_Pembuatan_Keputusan
- we are social dan Hoostsuite. (2022). Digital 2021 global overview report. *Hoostsuit*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

