

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, H., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 316. [www.sibresearch.org](http://www.sibresearch.org)
- Anggriyani, F. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ONLINE SHOP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWI SMAN 1 MAKASSAR THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ONLINE SHOP ON CONSUMER BEHAVIOUR FEMALE OF SMAN 1 MAKASSAR. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 34–49.
- Batjo, N. (2018). Penerapan Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1, 23–40.
- Eka Putri, K., & Putri, K. Y. (2021). PENGARUH PROMOSI DI AKUN INSTAGRAM @DISKON.INDONESIA TERHADAP MINAT BELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA ANGKATAN 2019. *Perspektif Ilmu Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5, 57–64.
- Eni Lestarina, Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1). [www.ijsrp.org](http://www.ijsrp.org)
- Fitriyani, N., Widodo, B., & Fauziah, N. (2013). HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA DI GENUK INDAH SEMARANG. *Jurnal Psikologi Undip*, 1, 55–68.
- Hardani, Auliya, N., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hayani, N., & Ikbali, M. (2020). Pengaruh Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Kota Pekanbaru. *Journal Binadarma MBIA*, 19, 12–20.
- Hendra, J., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1). <https://databooks.com>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (R. M. Sijabat, Ed.; V). Penerbit Erlangga .
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2, 1–13.
- Miranda, S., Evawani, P. :, Lubis, E., Jurusan, M. S., Komunikasi, I., Riau, U., Kampus, P., Widya, B., Soebrantas, J. H., 12, K., & Pekanbaru, S. B. (2017). PENGARUH INSTAGRAM

SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 1). <https://beritagar.id/artikel/sains->

- MUJAHIDAH, A. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA SATU PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 8 MAKASSAR). *Jurnal Universitas Negeri Makassar*, 1–16.
- Mukattash, I. L., Dandis, A. O., Thomas, R., Nusair, M. B., & Mukattash, T. L. (2021). Social marketing, shock advertising and risky consumption behavior. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2020-1111>
- Nuryadi, S. Pd. Si. , M. P., Astuti, T. D. SE. , M. S. Ak. , CA. , C., Utami, E. S. SE. , M. Si. , Ak. , C., & Budiantara, M. SE. , M. Si. , A. C. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Sibuku Media, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Gramasurya. [www.sibuku.com](http://www.sibuku.com)
- Partuti, T., Kambuna, B. N. H., & Dwiyantri, Y. (2019). Effect of online shopping on consumptive behaviour of female workers in Cilegon, Banten, Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 673(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/673/1/012084>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Pustaka Setia, Ed.). CV Pustaka Setia.
- Ratana, M. (2016). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON BRAND EQUITY. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22, 13–28. [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainnah, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Alauddin University Press.
- Selang, C. A. (2013). BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA*, 71, 71–80.
- Setia Wibowo, B. (2018). PENGARUH INSTAGRAM ONLINE STORE, KONFORMITAS DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SERTA DAMPAKNYA TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 2085–7721.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D* (22nd ed.). Alfabeta Bandung.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif* (Suwito, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Prenadamedia Group.
- Suryanto, S. Sos. , M. Si. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Tim Redaksi Pustaka Setia, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV Pustaka Setia.
- Triyaningsih, S. L. (2011). DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.

- Virsa Putri, T., & Setyo Iriani, S. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MAKANAN KEKINIAN MAHASISWA URBAN SURABAYA. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Wahyuni Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Wayan Widana, I., & Putu Lia Muliani, Mp. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS* (T. Fiktorius & Ainunrh, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Klik Media.
- Wijaya, C., Aji Prasetya, M., & Author, C. (2021). The Effect Of Self-Control And Conformity On Student Consumptive Behavior Of Ar-Rahman Sma Medan Year 2020. In *International Journal of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)* (Vol. 1, Issue 1). <http://lppipublishing.com/index.php/ijessm>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (H. Susanto & D. Novidiantoko, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Deepublish Publisher.