

Daftar Pustaka

Buku

- Ayesha, I et al. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Cho, C. (2015). *The Little Book of Skincare Korean Beauty Secrets for Health and Glowing Skin*. London: Harper Collins.
- Fatmawatie, N. (2022). E Commerce Dan Perilaku Konsumtif. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Fromm, Erich. (1995). Masyarakat Yang Sehat. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Fuchs, C. (2014). *Sosial Media a Criticial Introduction*. Los Angeles: SAGE Publication.
- Gunelius, Susan. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Muh.rief, E. (2016). The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi Edisi 2. (Jakarta: Salemba Empat).
- Mulyani, S,R. (2021). Metodologi Penelitian. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Nasrullah,R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta: PT. Indeks.
- Kementerian Agama RI. (2019). Alquran dan Terjemahan Edisi Penyempurnaan. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kominfo. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Jakarta: Dirjen informasi dan Komunikasi Publik.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi Ketujuh Belas. United Kingdom: Pearson Global Edition.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing*, Edisi Sembilan Belas. Amerika Serikat: Pearson Global Edition.
- Kotler, P. & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15thEdition. Pearson Education Inc.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. (2022). *Marketing Management, 16th Edition*. Harlow : Pearson Education.
- Priadana, S., & Sunarsih, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang Selatan: Pascal Books Phy.
- Rauf, A, et al. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. Cirebon: Insania, 2021.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. (Bandung: Alfabeta).

- Sugiyono. (2014) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan-22. Bandung : Alfabeta.
- Pindyck, Robert S., & Rubinfeld, Daniel L. (2014). Mikroekonomi. (Jakarta: Erlangga).
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, (Yogyakarta: CV. Andi Offset).
- Surat Al-Isra' Ayat 26. TafsirQ.com.
- Tuten, Tracy, L., & Solomon, Michael, R. (2017). Social Media Marketing. California: SAGE Publications, Inc.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 39.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja. Pekalongan: Nem.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian, Edisi Revisi. Pekanbaru: Unri Press.
- Yulia Etryra dan Ambarwati Neneng Siti Silfi. (2015). Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNJ.

Jurnal

- Ananda, D. (2022). Pengaruh Instagram sebagai Social Media Marketing terhadap Perilaku Konsumtif Wanita di Kota Sampit. *Keizai*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.276>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3 (3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Hayani, N., & Ikbali, M. (2020). Pengaruh Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Kota Pekanbaru. *MBIA*, 19(1). <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i1.820>
- Ibrohim, D. M., Widodo, J., Wahyuni, S., Zulianto, M., & Kantun, S. (2021). *The Effect of Instagram as Social Media Marketing on Students' Consumptive Behavior (Case Study of Students' in Faculty of Economics and Business University of Jember from 2016 to 2019 Generation)*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 747(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/747/1/012098>

- Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). Pengaruh Media Sosial Online dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 22(1). <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10701>
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2023). Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswi Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2). <https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>
- Nugraha, F. P., & Suharyanto, S. (2023). Perilaku Konsumtif Memediasi Pengaruh Social Media Marketing dan Fanatisme terhadap Keputusan Pembelian. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 19 (1). <http://dx.doi.org/10.47313/oikonomia.v19i1.2088>
- Saputra, A. R., Lubis, H., & Wibowo, S. E. (2019). Pengaruh Terpaan Online Shop Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fisip Unmul). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7(1).
- SE,MM, A. (2019). *Digital Marketing* dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko *Online* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Wijaya, N., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Prologia*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10171>

Link

- Cambridge Dictionary. 2022. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/skincare>. Diakses tanggal 20 Desember 2023
- CNN Indonesia. (2018, April 19). Alasan Generasi milenial lebih konsumtif. CNN Indonesia. <https://m.cnnindonesia.com/gayahidup/20180418215055-28291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>.
- Data Reportal, 9 Februari 2023. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> diakses pada 1 September 2023.
- Daya Indonesia. 24 April 2023. 7 Brand Kosmetik Lokal Paling Banyak digunakan di Indonesia <https://www.daya.id.usaha/artikel->

daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-2 diakses Pada 10 November 2023).

Digital Indonesia, 2023. Aplikasi Yang Paling Banyak digunakan di Indonesia <https://datareportal.com/reports/digital2023-indonesia> diakses pada 19 September 2023.

Good Stats Indonesia, 10 Februari 2023. 10 aplikasi sosial media yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia pada rentang usia 16-64 tahun <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/10-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2023> diakses pada 26 Oktober 2023.

Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia — Data Reportal – Global digital insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.