

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (Fourteen E). Cengage Learning.
- Creswell, J. W. C. & J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches* (Five Editi). Sage Publication. Inc.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edit). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. UB Press.
- Kung, L. (2008). *Strategic Management in ther Media*. SAGE Publication.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing research : an applied approach*. Prentice Hall/Financial Times.
- Malhotra, Naresh. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising*. Kencana Prenadamedia Group.
- Morissan, M. A. (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Neuman, W. L. (2014). *Basics Of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. Pierson.
- Putri, K. Y. S., Sari, W. P., & Safitri, D. (2013). *Pengantar Komunikasi Bisnis* (D. Safitri, Ed.). Ulinnuha Press.
- Putri, Kinkin Yuliaty Subarsa. (2017). *Teori Komunikasi*. Nerbitinbuku.com.
- Kertamukti, R. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Rajawali Pers.
- Routledge. (2017). *Routledge International Handbook of Consumer Psychology* (Cathrine V. Jansson-Boyd & Magdalena J. Zawisza, Eds.). Taylor & Francis.

Safroniou, Nick, Hutcheson, & Graeme D. (2006). *The Multivariate Social Scientist Copyrighted Material*. Sage Publications.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). Research Methods for Business. *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, 3336–3336. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084

Stephen W. Littlejohn, Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2012). THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc.* (Vol. 53, Issue 95). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Artikel

Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>

Cavenett. (2013). Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://eprints.ums.ac.id/16919/>

Fitriyah, N. (2015). Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif. *CommLine*, VI(1), 11–24.

Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>

Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189.

Irfani, F. (2011). Pengaruh Iklan Fashion Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan. In *UIN*.

Irwan Gani, & Siti Amalia. (2015). *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. CV. Andi Offset.

Jalu, B., Prima, W., Restu, A., & Acelian, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen. *Communicology; Jurnal Ilmu Komunikasi UNJ*, 267–287.

<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/18009/9673>

- Juliani, R. D. (2017). Pemilihan Media Iklan Bagi Organisasi Bisnis. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(3).
<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/INSPI/article/view/626/608>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 5, Issue 1).
- Krisdiantoro, D. (2016). *Pengaruh Iklan Online Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*.
- Kristina, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 104–121.
- Lani, O. P. (2016). Pengaruh Iklan Televisi Media Massa terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Kiri Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1–15.
- Larasati, M. (2013). Media Interaktif Sebagai Media Periklanan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 14–24.
<https://doi.org/10.21009/communicology.011.02>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Melianty.S, N., Suratno, & Idrus, A. (2018). Pengaruh Iklan Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 111–128.
<http://journal.stkipnurulhuda.ac.id>
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 30–42.
<https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>
- Nurintha Fitri, A., Bunga Pertiwi, L., & Puspita Sary, M. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Jurnal Komuniti UNS*, 13(1),

37–46.

<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13045/6600>

Putri, K. Y. S., Mukhtar, S., Safitri, D., Abbas Adamu, A., Hafni, R. D., & Fadhillah, D. N. (2015). View project. In *Int. J Sup. Chain. Mgt: Vol. VI* (Issue 2). <http://excelingtech.co.uk/>

Sary, M. P., Wijayanti, V., Putri, M. L., Bimantoro, A. A., & Firanti, D. A. (2022). *Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi*. 15(2), 282–294. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/03/>

Setia Wibowo, B. (2018). Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.18196/bti.91095>

Siahaan, A. L. (2018). Iklan Oppo F9 “VOOC Flash-Charge” Dan Minat Membeli Produk (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Iklan Oppo F9 “VOOC Flash-Charge” pada Youtube Ads Terhadap Minat Membeli Produk di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). In *Universitas SUMatra Utara*. Universitas SUMatera Utara.

Subagyo, S. E. F., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh iklan online, pengaruh iklan, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26–39.

Suyasa, & Fransiska. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*, 7(2), 172–199.

Wowor, J. C. (2013). Pengaruh Iklan Komersial Di Radio Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Bahu. *Acta Diurna Komunikasi*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/964>

Wulandari, F., Wahyuno, H., & Haryono, A. (2016). Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon Pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, Dan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Ngelegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 99–106. <https://doi.org/dx.doi.org/10.17977/UM014v09i22016p099>

Website

Andrea Lidwina. (2021). *Rasio Transaksi E-Commerce terhadap Pendapatan Bulanan (2020)*.

- KataData. (2020). *Pendapatan 85,83% Pelaku Usaha E-Commerce Menurun Akibat Covid-19*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>
- Kompas.com. (2020). *Pandemi Covid-19 Ubah Perilaku Belanja Orang Indonesia*.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/12/03/16100097/pandemi-covid-19-ubah-perilaku-belanja-orang-indonesia>
- Liputan6. (2019). *Perkembangan E-Commerce Dongkrak Bisnis Periklanan*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4032888/perkembangan-e-commerce-dongkrak-bisnis-periklanan>
- Tokopedia. (2021, August 12). *Iklan WIB Tokopedia 12th X BTS*. Instagram.
- Update, S. (2021). *Ditahun Berapa Banyak Fans Menjadi ARMY BTS?*
<https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842296241/ditahun-berapa-banyak-fans-menjadi-army-bts-ini-hasil-sensusnya>

