



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2016). analisis penggunaan media sosial instagram terhadap sikap konsumerisme remaja di SMA negeri 3 Samarinda. *Ilmu Komunikasi Universitas Mulwarman*, 412.
- Amstrong, P. K. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Birks, N. K. (2018). *Marketing Reseach An Applied Approach*. England: Pearson.
- Budi, T. P. (2006). *SPSS13.0 Terpaan; Riset statistik parametrik*. yogyakarta: c.v andi offset.
- Bungin, B. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomii, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- George E. Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: an intergrated marketing communication perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 23*. Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro.
- Gunelis, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Islamy, D. P. (2015). Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa - Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan.
- John W, C. (2012). *Planning, Conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson.
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. United States: Prentice Hall.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Social Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh. *kompetensi, vol. 11*, 223-224.
- Maoyan, S. Z. (2014). Consumer Purchase Intenstion Research Based on Social Media Marketing. *Intenational Journal of Business and Social Science Vol. 5, no.10*.

- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Puspotingtyas, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Rachmat Kriyantono, P. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Rahmi, S. f. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Fashion Distro Flashy.
- Rangga, A. (2015). Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom Fisip Volume 2 No.2, 3*.
- Soemanagara, J. E. (2009). *Marketing Communication : Taktik & Strategi Cetakan ke-3*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Soemanegara. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja.
- Terence A, S. (Komunikasi Pemasaran Terpadu edisi 8). 2014. Jakarta: salemba empat.
- Tjiptono, F. (Strategi Pemasaran). 2008. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tresna, T. A. (2013). Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa FIS UNY Pada Klinik Kecantikan.

### **Internet**

- Adam, Aulia. 2018. Pria Muda Milenial Makin Sadar pada Penampilan.  
<https://tirto.id/pria-muda-milenial-makin-sadar-pada-penampilan-c1o5> (Akses Pada Tanggal 19 Juni 2019)
- Ekarina. 2019. Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Diaptok Tumbuh 9%.  
<https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9> (Akses Pada Tanggal 19 Juni 2019)

Hasibuan, Lynda. 2019. Wah, RI Jadi Pengguna Instagram Terbanyak se-Asia Pasifik.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik> (Akses Pada Tanggal 17 Mei 2019)

Marcinda, Amy. 2018. 5 Sosok Wanita Inspiratif yang Berhasil Membangun Bisnis Startup di Indonesia.

<https://journal.sociolla.com/lifestyle/5-wanita-indonesia-inspiratif-pendiri-startup/> (Akses Pada Tanggal 19 Juni 2019)

Nurfadilah, Putri Syifa. 2018. Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat. Hingga 16 Persen.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen> (Akses Pada Tanggal 19 Juni 2019)

Sociolla.

[www.sociolla.com](http://www.sociolla.com) (Akses Pada Tanggal 12 Juni 2019)

Websindo. 2019. Indonesia Digital 2019: Media Sosial.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> (Akses Pada Tanggal 17 Mei 2019)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA