

## ***Daftar Pustaka***

- Aulia Nurbani, Putri (2016). Pengaruh Terpaan Iklan *E-Commerce* Bukalapak Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Di kalangan Mahasiswa.
- Aryani, Novia. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia Versi “Bebas Ongkir” Di Youtube Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- 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.
- Ayu, D. R. M. P. M. (2022). PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X BTS DI TELEVISI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FIKOM UNIVERSITAS JAYABAYA. *Jurnal Citra*, 8(2).
- Azzali, N. A., & Anganthi, N. R. N. (2023). *Peran Iklan Media Sosial Instagram dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Daryanto & Raharjo, Mulyo (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- DataIndonesia.id. 3 Februari 2023. Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- DataIndonesia.id. 30 Maret 2023. Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.
- Delianov. 2007. *Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Emia, F., & Marwan, M. R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(2), 52-58.

- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1).
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Media Ilmiah Psikologi*, Vol 11, No 1, Hal 50-65.
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran konformitas sebagai mediator hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48-56.
- Islamy, Daniella P. (2015) *Pengaruh Online Shop pada Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa – Siswi SMP Islam Cikal Harapan 1 BSD*.
- Istiqomah, T. L., Sudaryanto, E., Kom, M. I., & Ekoputro, W. (2022, August). PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DUSUN SEKARPUTIH LAMONGAN DI PLATFORM SHOPEE. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 382-386).
- Katadata.co.id. 3 Mei 2023. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>.
- Katadata.co.id. 7 Juli 2023. Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>.
- Katadata.co.id. 28 Juni 2022. E-Commerce Terpopuler di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaraanya?. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>.
- Koay, K. Y., Teoh, C. W., & Soh, P. C. (2021). Instagram influencer marketing: Perceived social media marketing activities and online impulse buying. *First Monday*, 26(9).
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologika*, 4(2).
- McQuail, Denis(2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Narasi.tv. 3 Juli 2023. Cara Memaksimalkan Fitur Instagram Ads untuk Menunjang Bisnis. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://narasi.tv/read/narasi-daily/fitur-di-instagram-dan-cara-memaksimalkannya>.
- Prayogi, J. A., Rinaldo, R., & Fardiana, E. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Promosi Shopee 'Flash Sale' Di Televisi Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(02), 32-41.
- Rahmadania, F. W. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Shop Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Stikom Prosia. *PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE SHOP DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA KARYAWAN STIKOM PROSIA*, 14(01), 1-7.
- Solihin, O. (2016). Terpaan iklan mendorong gaya hidup konsumtif masyarakat urban. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 5(2).
- Shang, Y., Rehman, H., Mehmood, K., Xu, A., Iftikhar, Y., Wang, Y., & Sharma, R. (2022). The nexuses between social media marketing activities and consumers' engagement behaviour: a two-wave time-lagged study. *Frontiers in Psychology*, 13, 811282.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jakarta: Erlangga).
- Sugiyono. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan, Meneropong Inbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Syahida, L. (2021). Pengaruh terpaan iklan promo gratis ongkos kirim Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja. *Gunahumas*, 4(1), 7-18.
- Tranggono, D., Putri, A. N., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun@nacificofficial. id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141-155
- Yuniarti, Siti(2017) *BIG SALE...!*. Diakses 24 November 2023, dari Universitas Bina Nusantara.