

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal II 2022*. Diakses pada 15 Februari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>
- Amir, M. F. (2015). *Pengaruh Pembelajaran Kontekstual Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Sekolah Dasar. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 34–42.
- 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.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*.
- Damayanti, A., Mahadib, A. F., Arlianti, D. N., Rizki, E., Hidayat, F., Fadilah, G. G. H., Muhammad, I., Jayanty, J. N., Yuniasti, K. R., & Khuluq, K. S. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya* (Vol. 2). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Ed. 9, Cet. IX* (Semarang). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 209–224.

- Istiqomah, T. L., Drs. Edy Sudaryanto, M. I. K., & Drs. Widiyatmo Ekoputro, M. A. (2022). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dusun Sekarputih Lamongan di Platform Shopee. Seminar Nasional Hasil Skripsi, 1(01)*, Article 01.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Lio, D. D. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dalam Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Muda di Yogyakarta [S1, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA]*.
- Lukitaningsih, A. (2013). *Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. Jurnal ekonomi dan kewirausahaan, 13(2)*, 116–129.
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). *Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau [PhD Thesis]*. Riau University.
- Norhabiba, F. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Marketplace, Akses Aplikasi, dan Minat Membeli Pada Mahasiswa. Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI), 1(1)*, 32–38.
- Nurdin, N. (2019). *Pengaruh Periklanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Samsung PT. Telkomsel. Sosio e-Kons, 11(1)*, 46–54.
- Pickton, D., & Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communications 2nd Edition (2 ed.)*. Pearson Education.

- Pratami, D. (2021). *Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)* [PhD Thesis]. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Priyambodo, L. (2017). *Analisis Efek Faktor Lokasi dan Animasi Terhadap Keinginan Mengklik Iklan Banner* [PhD Thesis]. UAJY.
- Rizaty, M. A. (2022). *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram Per Kuartal I 2022*. Diakses pada 19 Februari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Diakses pada 19 Februari 2023 dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Safalindo, M. R. (2019). *Dampak Iklan Layanan Masyarakat "Lawan Bertia Hoax Tran TV" Terhadap Perubahan Prilaku Remaja Payakumbuh dalam Mengklarifikasi Suatu Berita* [PhD Thesis]. Universitas Islam Indonesia.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (t.t.). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19*. 14.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). *Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). *Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan*

- Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ puskesmascilincing)*. LUGAS Jurnal Komunikasi, 4(1), 9–16.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suhara, R. B. (2017). *Pengaruh Intensitas Terpaan Iklan Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pelajar*. SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat Dan Komunikasi, 11(01)
- Swastika, I. G. A. D. G. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Konten Terhadap Minat Beli Followers Instagram@ Transforme. id* [PhD Thesis]. UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- 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), Article 2.
- Waluyo, L. S., & Sutowo, I. R. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Goa Lauk di Kabupaten, Banten*.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem.