

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2023). Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia. *Goodstats*, 12.
- Afrizal. (2014a). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2016). Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Https://Jurnalnasional.Ump.Ac.Id/Index.Php/Metafora*, VI(2).
- Ambar, L. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 108). CV Jejak.
- Annur, C. M. (2023). *10 Kategori Video yang Paling Dicari Pengguna TikTok Indonesia, Ada Favoritmu_*. 2023.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146.
- APJII. (2023). Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Aprilianty, S., Komariah, S., & Abdullah, M. N. A. (2023). Konsep *Beauty Privilege* Membentuk Kekerasan Simbolik. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(1), 149. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.

Bingah Esa Nugraha. (2019). *Perubahan Perilaku Konsumtif Pada mahasiswa Perantauan*.

Budiman, A., Budiawan, Sumartana, T., Nugroho, H., Hadad, T., & Ma'arif, A. (2000). Reformasi Politik kebangkitan Agama dan Konsumerisme. In T. Sumartana, S. SR, & Morenk (Eds.), *Reformasi Politik Kebangkitan Agama dan Konsumerisme* (pp. 188–189). Dian/Interfidei.

Fadhillah. (2022). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Pembentukan Kepercayaan Diri Bagi mahasiswi (Studi Kasus: mahasiswi FISIP UIN Jakarta). In *Skripsi* (Vol. 1, Issue 1).

Fajri, D. (2022). Pengertian, Ciri-Ciri dan Dampak Negatif Konsumerisme. In *Katadata.co.id*.

Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). Sage Publications.

Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313.

Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). E-WOM scale: word of mouth measurement scale for eservice context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.

Hardilawati, W. L. B. I. D. P. R. (2019). *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*. *Jim Upb*, 7 No. 1, 88–98.

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018a). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018b). Pengaruh *Influencer marketing* sebagai strategi pemasaran digital era modern (Sebuah studi literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

Kasiyan. (2008). *Kecantikan perempuan dalam budaya konsumsi*. Ombak.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 th). Pearson Education Limited.

Kusuma, D. N. S. C., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri. <https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/Koneksi>.

- Marchella Sinolungan, Suryanto, & Arianis Chan. (2025). Analisis Peran Mega, Macro, Dan Micro *Influencer* Dalam Promosi Produk Kecantikan (Studi Pada Konten *Influencer* Di Tiktok). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 69–83. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1292>
- Martin, G., & Pear, J. (2015). *Behavior modification: What it is and how to do it* (10th ed.). Routledge.
- Masitoh, S., & Adjid, M. W. M. (2022). Pengaruh *Influencer marketing* terhadap kinerja pemasaran. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah ...*, 1(4), 274–279.
- Mawara, R. E. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial mahasiswa Prodi Ppkn. *Phinisi Integration Review*, 6(2), 344. <https://doi.org/10.26858/pir.v6i2.48058>
- Maydiyah, A. A. (2022). *Praktik sosial perilaku konsumtif produk make up dan skincare pada mahasiswi Universitas Andalas*. Universitas Andalas.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurul, A. (2017). Gaya Hidup Shopaholic Pada mahasiswa (Studi Pada mahasiswa FISIP Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 1–9.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018a). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018b). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh *Endorsement* Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 4(1), 33. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>
- Ritzer, G. (2018). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. PT Rajagrafindo Persada.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutrisno, H. (2014). *Metodologi research* (Edisi revi). Andi.

Thohiroh, A. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui *Online Shopping Fashion* Pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9.

Walgito, B. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Andi Offset.

Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di Mi). *Auladuna : Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94–111. <https://doi.org/10.36835/au.v1i2.235>

