

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- APJII. (2018). *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, *apjii.or.id*, diakses tanggal 27 Mei 2024.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. PT. Citra Aditya Bakti.
- Creswell, J. W. (2015). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. pearson.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. In Qiara Media.
- Hidayah, R. W. (2015). *Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta*.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. Lane. (2016). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. England: Pearson.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik Dalam Pemasaran)*.
- Nurmansyah, G. (2019). *Pengantar antropologi: Sebuah ikhtisar mengenal antropologi*. Gunsu Nurmansyah.
- Pulizzi, Joe. 2014. *Epic Content Marketing: How To Tell A different Story, Break, Though The Clutter, And Win More Customers By Marketing Less*. New York: McGraw-Hill
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, & P., S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (1st ed.)*. Rekayasa Sains.
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi Universitas Airlangga*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Shiam, S. S. (2019). *Daya Tarik Pesan Instagram Hijup.Com (Studi Deskriptif*

Mengenai Daya Tarik Pesan Instagram Hijup.Com Dalam Mengembangkan Corporate Branding. Universitas Komputer Indonesia.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi).

Jurnal dan Skripsi :

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140.

Bulele, Y. N. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.

Cahyadi, Irwan. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *URNAL MANAJEMEN DAN BISNIS, Vol. 4 No*

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.

Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 9(2): 128-139.

Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan konsumtif dalam aktivitas belanja online mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan politik Universitas

Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.

Lestari, O. D. (2018). Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, Vol. 5 (1)*.

Mujahidah, A. N. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar)*.

Prosenjit, G., & Anwesana, G. 2021. AN UNUSUAL CASE OF VIDEO APP ADDICTION PRESENTING AS WITHDRAWAL PSYCHOSIS. *International Journal of Recent Scientific Research*, 12(01), 40455–40457.

- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69–74
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.
- Tjahyono, Novilia. 2014 Strategi *Marketing Communications Garand City Mall* Surabaya dalam Membangun *Brand Awareness* melalui *Event Earth Hour* 2013. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol.2, No.1 Tahun 2014 (diakses pada tanggal 20 November 2022)
- Wandi, W. (2020). Social Media Tik Tok in Islamic Perspective. *Palakka: Media and Islamic Communication*, 1(1), 13–22.

Internet Searching :

- A.Halik, Komunikasi Massa, (Repostori UIN Alauddin Makassar) Dikutip pada laman <https://repostori,uin-alauddin.ac.id>. Diakses pada Senin, 27 Mei 2024
- Armida, S. R. (2021). *Racun Shopee Menjadi Racun Masyarakat. SDGsummit.id*. Diakses pada 26 Mei 2024,. [https://sdgsummit.id/sdgs-now/racun-shopee-menjadi-racun masyarakat/#:~:text=Istilah ini merujuk kepada konten,ataupun rek omendasi atas suatu produk](https://sdgsummit.id/sdgs-now/racun-shopee-menjadi-racun-masyarakat/#:~:text=Istilah ini merujuk kepada konten,ataupun rek omendasi atas suatu produk)
- Nora Handeska Putri. (2021). Rasa Malu Dalam Media Sosial Tik Tok. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*. [http://digilib.uinsby.ac.id/48955/2/Nora Handeska Putri_E95217036.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/48955/2/Nora_Handeska_Putri_E95217036.pdf)
- Hashtags for #racunshopee to grow your Instagram, TikTok | best-hashtags.com
Sejarah Singkat Penggunaan Hashtag di Media Sosial (kompas.com)
- 225 Hashtag TikTok terviral dan 8 Praktik Terbaik Penggunaan Hashtag di TikTok (slice.id)