

DAFTAR PUSTAKA

Amaliya, Luthfatul. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Komsutif Siswa*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita

Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Perdana Media Group

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani. (2011). *Manajemen Pemasaran- Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Fauzi, Viny Putri. (2016). *Pemanfaat Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awariness di Kota Pekanbaru*. Riau: Ilmu Komunikasi Universitas Riau

Islamy, Daniella Putri. (2016). *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai : BSD Kota Tangerang Selatan*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Kottler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran* (edisi 12)

Kotler, P.& Amstrong,G, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta:Erlangga, 2009, hlm. 284PT.Indeka, Jakarta.

Lina & Rosyid. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri*. *Jurnal Psikologi Ed 4 th II, UGM*

Mahendra, Bimo. (2017). *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume 16, No. 01,151-160*

Mawarni, Ratna Indah. (2019). *Pengaruh Opini Terhadap Hijab Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Hijab*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi Yogyakarta

Miranda, Sofia. (2017). Pengaruh Instagram sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP Vol. 4 No. 1*.

Pratama, Arie Wahyu. (2018). *Persepsi Mahasiswa terhadap akun Instagram Pariwisata Sumut dalam Mempromosikan Wisata Alam Sumatera Utara*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sari, Chacha Andira. (2015). Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet Vol. 4 No.2*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy . 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm. 3

Triyaningsih, SL. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11 no. 2, Oktober 2011*

<http://gerry05.blogspot.com/2019/04/teori-komunikasi>

lasswell.html#:~:text=Menurut%20Lasswell%20komunikasi%20dapat%20didefinisikan,Kepada%20Siapa%20Dengan%20Efek%20Apa).