

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Henry Faizal Noor(2018) , *Ekonomi media*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Jefkins, Frank. (2019). *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisonal sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung : Alfabeta.
- Mowen, John C. Michael Minor. 2018. *Perilaku Konsumen (Jilid 1) Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Mangkunegara. (2018). *Perilaku Konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2017. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta

JURNAL

- Astuti, E. P. (2018). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *E-Journal Psikologi*, Vol. 1, No. 2, 2018: 148-156 dari <http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/>.
- Eni Lestarina, Hasnah Karimah Dkk (2017). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja*, *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, Vol 2 No 2. Dari <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/210>
- Lim, M. W. (2015). The Influence of Internet Advertising and Electronic Word of Mouth on Consumer Perceptions and Intention : Some Evidence from Online Group Buying. *Journal of Computer Information Systems. (Online)*, Vol 55, No. 4. Hal 81-89. Dari <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08874417.2015.11645790>
- Naufal, A. R., & Rizal Hari, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Manager* 6(4), 1-9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17954> 56
- Richadinata dan Astitiani (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/68513>
- Ruby Tantia dan IdolaPerdini Putri (2019) Pengaruh Iklan Shopee Versi Parodi Jokowi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal E-Proceeding of Management*. Vol 6, No. 1. Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis,

Universitas Telkom. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8579>

Seuyasa, S. A. (2019). Perilaku Konsumtif Pada Laki-Laki "Zaman Now" Pengguna Aplikasi "Online shop" dalam Membeli Barang di Surabaya. Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/spiritedukasia/article/view/11469>

Suhandi, (2020). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah. Jurnal Manajemen, Desember 2020, Halaman: 75-79. <http://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/605>