

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Assyari. 2020. "Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang Atau Ancaman?" *ARISTO* 8(2).
- Afriyani, A. 2021. "Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Kalangan Remaja Uin Sultan Syarif Kasim Riau." *Jurnal UIN Sultan Syarif*.
- Amedie, Jacob. 2017. "The Impact of Social Media on Society By." *Global Journal of Enterprise Information System* 8(4).
- Apriansyah. 2018. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SUMSEL." *Jurnal Digital Teknologi Informasi* 1(2).
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. "Instagram Handbook by Bambang Dwi Atmoko." *Media Kita*.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal ilmu sosial & ilmu politik diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung* 9(1).
- De Veirman, Marijke, Veroline Cauberghe, and Liselot Hudders. 2017. "Marketing through Instagram Influencers: The Impact of Number of Followers and Product Divergence on Brand Attitude." *International Journal of Advertising* 36(5).
- Dikria, Okky, and W. Sri. 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).
- Egger C. 2016. "Identifying Key Opinion Leaders in Social Networks-An Approach to Use Instagram Data to Rate Idetify Key Opinion Leader For a Specific Business Field."
- Ehsan Shahghasemi. 2020. "Iranian Celebrities on the Internet."
- Fatmawatie Naning. 2022. *E-COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*. IAIN Kediri Press.
- Fauzia, K Z, and H Purnama. 2021. "Pengaruh Terpaan Pesan Digital Key Opinion Leaders Terhadap Citra Merek Perusahaan Fotografi Muslim Aspherica." *eProceedings ...* 8(4).
- Fransisca, and P. Tommy Y. S. Suyasa. 2005. "Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran." *Jurnal Phronesis Desember* 7(2).
- Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 23(2).
- He, Wei, and Chenyuan Jin. 2022. "A Study on the Influence of the Characteristics of Key Opinion Leaders on Consumers' Purchase Intention in Live Streaming Commerce: Based on Dual-Systems Theory." *Electronic Commerce Research*.

- Hidayat, Tri Bagoes Wisnu, I Nengah Punia, and Ni Luh Nyoman Kebayantini. 2018. "Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Kaum Remaja Di Desa Tegal Kertha, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar." *Jurnal Ilmiah Sosiologi* 1(1).
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53(1).
- Khoirunnas, and Achmad Hidir. 2017. "Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru." *JOM FISIP* 4(1).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. PT Indeks. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2.*
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2016. *The Economic Journal Principles of Marketing Sixteenth Edition.*
- Kurniawan, Puguh. 2017. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh." *Kompetensi* 11(2).
- Lamb, Charles W, Joseph F Hair Jr, and Carl Mcdaniel. 2013. "The Promotional Mix." In *Marketing*,.
- Laurent Bertrandias Ronald E. Goldsmith. 2006. "Some Psychological Motivations for Fashion Opinion Leadership and Fashion Opinion Seeking." *ournal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* vol.10.
- Lina, and Haryanto F. Rosyid. 1997. "PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS O F CONTROL PADA REMAJA PUTRI Lina." *Psikologika* 2(4).
- Macarthy, A. 2015. "500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn & More." *PdfDrive*.
- Masuda, Hisashi, Spring H. Han, and Jungwoo Lee. 2022. "Impacts of Influencer Attributes on Purchase Intentions in Social Media Influencer Marketing: Mediating Roles of Characterizations." *Technological Forecasting and Social Change* 174.
- Maulana, Irfan, Jovanna Merseyside br. Manulang, and Ossya Salsabila. 2020. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital." *Majalah Ilmiah Bijak* 17(1).
- Nasrullah, Rulli. 2016. 2 Simbiosis Rekatama media *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi, Cet.Kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.*
- Nugraha. 2021. "Penelitian Pengaruh Motivasi Online Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial ."
- Priyatno, Duwi. 2013. Yogyakarta: Media Kom *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS.*
- Riska Indah, Cahyani. 2018. "Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV Dalam Penyebaran Dakwah." *Jurnal UIN Raden Intan, Lampung.*
- Schiffman, Leon, and Laslie Lazar Kanuk. 2010. "Consumer Behavior 10th Edition." *Pearson Education.*

- Shimp, A. Terence, and J. Andrews, Craig. 2013. 9 Cengage Learning *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*.
- Solomon, & Elnora. 2003. *Strategi Pemasar*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Sugiyono, Djoko. 2010. Penerbit Alfabeta *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sukarno Wibowo, and Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam* . Bandung: Cv. Pustaka Setia .
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Dalam Televisi)*. ALFABETA.
- Suryani, Tatik. 2013. “Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran.” *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*.
- Walid. 2018. “Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 Di Kota Pekanbaru.” *Jom Fisip* 5(1).
- Williams, Trenton A. et al. 2017. “Organizational Response to Adversity: Fusing Crisis Management and Resilience Research Streams.” *Academy of Management Annals* 11(2).
- Winter, Stephan, and German Neubaum. 2016. “Examining Characteristics of Opinion Leaders in Social Media: A Motivational Approach.” *Social Media and Society* 2(3).

