

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adler, R. B., Rodman, G., Pre, A. D. 2017. Understanding Human Communication: Mass Communication an Optional Chapter to Accompany. Thirteenth Edition. New York: Oxford University Press.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2014. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. 2016. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belch, George & Belch, Michael A. 2001. Adversiting and Promotion; an Integrated Marketing Comunication Perpective. Boston: McGraw-Hill.
- Belch, George A and Michael A Belch. 2003. Advertising and Promotion “an Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Edition. Boston: The McGraw Hill Companies.
- Damiati, dkk. 2017. Perilaku Konsumen. Depok: PT Grafindo Persada.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Heath, R. L., & Coombs, W. T. 2006. Today's public relations: An introduction. California: SAGE Publications, Inc.
- Husein Umar. 2007. Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Jonathan, Sarwono. 2015. Kriteria Tingkat Keeratan Hubungan Antar Variabel. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Prayudi. 2008. Manajemen Isu Pendekatan Public Relations. Pustaka Adipura: Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya Sosioteknologi Cet.kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Simarmata, Janner, dkk. 2019. Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing. Yayasan Kita Menulis.
- Situmorang, Syafrizal H. & Muslich Lutfi. 2014. Analisis Data : untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: Usu Press.
- Sumarwan, Ujang. 2014. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Trihendradi, C. 2013. Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik. Yogyakarta: ANDI.

West & Turner. 2010. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: Mc-Graw-Hill.

Jurnal

Amalia, J. R. (2020). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Kunjung Wisatawan (Studi Akun Instagram@ Museum_Bi Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Pengikut Instagram Museum Bank Indonesia)* (Doctoral dissertation).

Hermawan, H. (2017). Sikap konsumen terhadap belanja online. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 136-147.

Ramadhan, A. R., & Luqman, Y. (2022). HUBUNGAN TERPAAN ISU HOAKS VAKSINASI COVID-19 TENTANG EFEK SAMPING SETELAH VAKSINASI DAN PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM VAKSINASI COVID-19 DENGAN MINAT MELAKUKAN VAKSINASI COVID-19 PADA MASYARAKAT KOTA BONTANG. *Interaksi Online*, 10(4), 146-157.

Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*, 10(1), 15-23.

Miauw, K. Y. H. (2016). Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Wild. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 567-575.

Thompson, M. M. (2008). Individual Difference Theory and Research: Application to Multinational Coalition Teamwork.

Internet

Naomi Adisty. (2022). Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> diakses pada 25 Januari 2023, pukul 23.22

Putu Elmira. (2022). Perubahan Kebiasaan Merawat Diri Selama Pandemi, Didominasi Skincare. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4708675/perubahan-kebiasaan-merawat-diri-selama-pandemi-didominasi-skincare> diakses pada 15 Agustus 2022, pukul 21.23 WIB

Ekarina. (2020) Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri> diakses pada 17 Agustus 2022, pukul 15.44 WIB

https://mall.shopee.co.id/%E2%99%A5%EF%B8%8FATMOS%E2%99%A5%EF%B8%8F-Scarlett-Whitening-Original-BPOM-Body-Lotion-Shower-Scrub-i.63688281.17041415779?sp_atk=02626ea0-7279-4fc4-9002-b2fc7650b65c&xptdk=02626ea0-7279-4fc4-9002-b2fc7650b65c diakses pada 20 Agustus 2022, pukul 14.41 WIB

Valerie Joan. (2022). Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> diakses pada 21 Agustus 2022, pukul 15.30 WIB

https://www.instagram.com/scarlett_whitening/ diakses pada 22 Agustus 2022, pukul 19.43 WIB

<https://www.instagram.com/p/Cen7h7wPjEy/> diakses pada 23 Agustus 2022, pukul 12.22 WIB

CNN Indonesia. (2021). Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: Jualan Online. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online> diakses pada 1 September 2022, pukul 19.32 WIB

<https://kbbi.web.id/palsu> diakses pada 5 Oktober 2022, pukul 20.20 WIB

Zulfi Suhendra. (2016). Nilai Barang KW Dunia Capai Rp 6.000 Triliun, Siapa Pembuatnya?. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2487167/nilai-barang-kw-dunia-capai-rp-6000-triliun-siapa-pembuatnya> diakses pada 5 Oktober, pukul 21.02 WIB

<https://s.lazada.co.id/s.iag12> diakses pada 7 Oktober 2022, pukul 19.23 WIB

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17882431039872232/> diakses pada 10 Oktober 2022, pukul 16.44 WIB

Ardi Alif Al Hikam. (2022). Barang Palsu Banyak Gentayangan di Toko Online, Negara Rugi Segini Gedenya. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d->

[6299041/barang-palsu-banyak-gentayangan-di-toko-online-negara-rugi-segini-gedenya](https://www.kompasiana.com/alyssaramadhani4190/62a3281fbb4486382108ec14/gedenya) diakses pada 30 Januari 2023, pukul 19.21 WIB

Alyssa Ramadhani. (2022). Pengaruh Negatif Penerapan Standar Kecantikan Eropa terhadap Praktek Sosial Perempuan Kulit Hitam Afrika-Amerika.

[https://www.kompasiana.com/alyssaramadhani4190/62a3281fbb4486382108ec14/pengaruh-negatif-penerapan-standar-kecantikan-eropa-terhadap-praktek-sosial-perempuan-kulit-hitam-afrika-](https://www.kompasiana.com/alyssaramadhani4190/62a3281fbb4486382108ec14/pengaruh-negatif-penerapan-standar-kecantikan-eropa-terhadap-praktek-sosial-perempuan-kulit-hitam-afrika-amerika#:~:text=Standar%20kecantikan%20Eropa%20merupakan%20standar,negatif%20terhadap%20perempuan%20Afrika%2DAmerika)

[amerika#:~:text=Standar%20kecantikan%20Eropa%20merupakan%20standar,negatif%20terhadap%20perempuan%20Afrika%2DAmerika](https://www.kompasiana.com/alyssaramadhani4190/62a3281fbb4486382108ec14/pengaruh-negatif-penerapan-standar-kecantikan-eropa-terhadap-praktek-sosial-perempuan-kulit-hitam-afrika-amerika#:~:text=Standar%20kecantikan%20Eropa%20merupakan%20standar,negatif%20terhadap%20perempuan%20Afrika%2DAmerika). Diakses pada 8 Juni 2023, pukul 18.21 WIB