DAFTAR PUSTAKA

abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, *5*(2), 264. Https://Doi.Org/10.22216/Jbe.V5i2.4625

Admin. (2021). *Mengenal Sosok Kevin Systrom, Founder Instagram*. Teknologi Informasi Unisa Yogyakarta.

Afifah, G. S. N., & Bintang, M. I. (2020). Hubungan Konsumtif Dan Hedonis Terhadap Intensi Korupsi. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, *1*(1), 60–72. Https://Doi.Org/10.38035/Jihhp.V1i1.358

Afrelia, N. D., & Khairat, M. (2022). Hubungan Antara Intensitas Pengguna Tiktok Dengan Kontrol Diri Pada Remaja. *Jurnal Spirits*, *12*(2), 62–67. Https://Doi.Org/10.30738/Spirits.V12i2.12808

Ajzen, I. (2005). Attitude, Personality, And Behaviour. New York: Open University Press

Akbar, M. D., & Sisilia, K. (2012). *Pengaruh Video Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Merek Fashion "Byneeth."* *5*(1), 12–16.

Al-Kandari, A. J., Al-Hunaiyyan, A. A., & Al-Hajri, R. (2016). The Influence Of Culture On Instagram Use. *Journal Of Advances In Information Technology*, *7*(1), 54–57. Https://Doi.Org/10.12720/Jait.7.1.54-57

Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Depresi Pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, *2*(2), 92–107. Https://Doi.Org/10.21831/Ap.V2i2.35100

Ambawani, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (Snast), November*, 211–216.

Amelia, D. (2019). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(1), 1–14.

Ardianto, E., Komala, L., & Karmilah, S. (2019). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi* (R. Karyanti (Ed.); 7th Ed.). Simbiosa Rekatama

Media.

Arif`, K., Kholil, S., & Yasmin, N. (2023). Peran Instagram Pada Perubahan Sosial Siswa Di Sma Negeri 1 Simpang Empat (Asahan). *Jkomdis : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, *3*(3), 673–677. Https://Doi.Org/10.47233/Jkomdis.V3i3.1159

Arikunto, P. D. S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Pt. Rineka Cipta.

Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, *5*(3), 8920–8928.

Astriyani, E., Fahram, M. K., & Pebrianto, A. A. (2020). Video Program Hotroom Pada Bagian Lighting Informasi Pada Metro Tv. *Cices*, *6*(1), 33–43. Https://Doi.Org/10.33050/Cices.V6i1.875

Azhar, A., Abbas, J., Wenhong, Z., Akhtar, T., & Aqeel, M. (2018). Linking Infidelity Stress, Anxiety And Depression: Evidence From Pakistan Married Couples And Divorced Individuals. *International Journal Of Human Rights In Healthcare*, *11*(3), 214–228. Https://Doi.Org/10.1108/Ijhrh-11-2017-0069

Benjamin, D. J., Heffetz, O., Kimball, M. S., & Szembrot, N. (2014). Beyond Happiness And Satisfaction: Toward Well-Being Indices Based On Stated Preference. *American Economic Review*, *104*(9), 2698–2735. Https://Doi.Org/10.1257/Aer.104.9.2698

Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics And Tips To Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=In7bsjlu7z4c&Printsec=Frontcover&Source=Gbs_Ge_Summary_R&Cad=0#V=Onepage&Q&F=False

Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi* (N. F. S (Ed.); Issue 2006). Http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/34278

Cahyasari., E. (2019). Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Uksw*, *1*(2), 6.

Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Y. S. Hayati (Ed.); 5th Ed.). Pt

Rajagrafindo Persada.

Chawla, A. (2020). Role Of Facebook Video Advertisements In Influencing The Impulsive Buying Behavior Of Consumers. *Journal Of Content, Community And Communication*, *4*(7), V–V. Https://Doi.Org/10.31620/Jccc0618/Edi01

Effendy, P. D. O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (T. Surjaman (Ed.)). Pt Remaja Rosdakarya.

Fajar, I. (2017). *Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok Jurnal*. *14*(1), 55–64.

Fathrul Quddus, M. (2021). Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam. *Malia (Terakreditasi)*, *13*(1), 43–60. Https://Doi.Org/10.35891/Ml.V13i1.2771

Fauziah, L. (2020). Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. In *Pustakawan 1 Unissula* (Vol. 8, Issue 75). Https://Doi.Org/10.1016/J.Jnc.2020.125798%0ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Smr.2020.02.002%0ahttp://Www.Ncbi.Nlm.Nih.Gov/Pubmed/810049%0ahttp://Doi.Wiley.Com/10.1002/Anie.197505391%0ahttp://Www.Sciencedirect.Com/Science/Article/Pii/B9780857090409500205%0ahttp:

Fauziah, S. (2020). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Audio Dakwah Ustad Adi Hidayat Terhadap Kesadaran Bahaya Zina Pada Siswa/Siswi Smk Averus Jakarta Selatan. *Educan : Jurnal Pendidikan Islam*. Http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/54154%0ahttps://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/54154/1/Shifa Fauziyah-Fdk.Pdf

Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, *12*, *(1)*, 55–68. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.14710/Jpu.12.1.1-14

Fowler, F. J. (2013). *Survey Research Methods* (5th Ed.). Sage Publications.

Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Hartanto, E. A., & Tumimomor, A. Y. . (2024). *Strategi Kreatif Menarik Wisatawan Dengan Visualisasi Potensi Desa Wisata Melalui Video Promosi*.

03, 129–146.

Hens, H. (2018). *Maraknya Kedai Kopi Di Indonesia, Bakal Bertahan Lama Atau Sekadar Tren?* Liputan6.Com.

Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan Spss*. Elex Media Komputindo.

Hurriyaturrohman. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Umkm Tas Pepari Leather. *Prosiding Seminar Nasional Pbsi-Iii Tahun 2020*, 205–216.

Hutapea, B. (2023). *Studi Korelasi Intensitas Menonton Tayangan Yang Mengandung Kekerasan Di Televisi Dengan Perilaku Agresif Pada Anak Bonar Hutapea Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara Jakarta*. *August*.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel,Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Eureka Media Aksara.

Indonesiabaik.Id. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. Indonesiabaik.Id.

Ismail, R. I., & Yuliana, N. (2023). Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun Instagram @Disko_51 Di Kota Serang). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (Jkomdis)*, *3*(3), 874–886.

Istikhomah, N., Rohaetin, S., & Barbara, B. (2024). Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Terhadap Minat Berinvestasi Siswa Sma Negeri 1 Pangkalan Bun: Analisis Regresi Linear. *Journal Of Environment And Management*, *5*(1), 18–25.

Izzudin, I. (2023). *Hubungan Antara Intensitas Menonton Drama Korea Di Netflix Dengan Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya*.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing : An Introduction* (12th Ed.). Boston, Massachusetts : Pearson Education. Https://Archive.Org/Details/Marketingintrodu0000arms_Z9m2/Page/N1/Mode/2up

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi,*

Komunikasi Pemasaran. Kencana.

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja. *Jrti (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, *2*(2), 1–6. Https://Doi.Org/10.29210/3003210000

Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus O F Control Pada Remaja Putri Lina. *Psikologika*, *2*(4), 5–13. Journal.Uii.Ac.Id

Malik, H., Ilham, M., Fikriando, E., Desain, S., Visual, K., Adzkia, U., Desain, S., Visual, K., Adzkia, U., Studi, P., Ritel, M., Adzkia, U., Kewirausahaan, P. S., Adzkia, U., & History, A. (2024). *Perancangan Video Promosi Universitas Adzkia Di Kota Padang*. *3*(1), 60–68.

Masdakaty, Y. (2019). *Fore Coffee: The Next Generation Of Coffee Shop*. Ottencoffee.Co.Id.

Mcquail, D., & Windahl, S. (1994). Communication Models For The Study Of Mass Communications. In *Sustainability (Switzerland)* (2nd Editio, Vol. 11, Issue 1). Routledge. Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari

Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.

Nasrum, A. (2018). Uji Normalitas Data Untuk Penelitian. In *Jayapangus Press*. Jayapangus Press.

Nur Hayati, U., Minamas, P., & Subandi. (2024). Teori Komunikasi Dalam Supervisi Pendidikan. *Jma (Jurnal Media Akademik)*, *2*(5), 3031–5220.

Nur Rahma, A. (2018). *Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Sma Muhammadiyah 1 Kota Magelang Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syara*.

Nurdin, A., Moefad, D. A. M. ., Zubaidi, A. N., & Harianto, R. (2006). Pengantar

Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Pane, A. (2019). Komunikasi Edukatif Antara Pendidik Dan Peserta Didik Dalam Pendidikan Islam. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *3*(2), 137. Https://Doi.Org/10.30829/Komunikologi.V3i2.6550

Panegak, M. S., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan. *Jurnal Barik*, *2*(3), 229–242.

Panggabean, A. D. (2024). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. Radio Republik Indonesia.

Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pusaka Pelajar.

Prabowo, F. Y. (2022). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Usaha Bisnis Digital*. Kumparan.Com.

Praditya, I. I. (2024). *10 Kedai Kopi Favorit Orang Indonesia*. Liputan6.Com.

Prajasantana, K. A., Mardiartmi, A. B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *2*, 187–200.

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, *8*(1), 51. Https://Doi.Org/10.36080/Comm.V8i1.651

Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *Schoulid: Indonesian Journal Of School Counseling*, *3*(2), 35. Https://Doi.Org/10.23916/08430011

Putri, S., Aisyah, S., Diba, F., Yanti, L., & Valletha, M. (2023). Pengaruh Peningkatan Strategi Marketing Melalui Instagram Ads (Advertising) Terhadap Keputusan Membeli Produk Umkm | Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, *1*(2), 129–134.

Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *Atrabis: Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, *7*(1), 39–51. Https://Doi.Org/10.38204/Atrabis.V7i1.565

Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). Pemgaruh Intensitas Menonton Video

Youtube Dan Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video 'Wardah Instaperfect Review Tutorial Swatches'). *Scriptura*, *10*(2), 53–59. Https://Doi.Org/10.9744/Scriptura.10.2.53-59

Raziq, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pemilihan Harga, Dan Publisitas Digital Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Di Bekasi. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, *3*(2), 1–10.

Ridwan, M., & Andriyanto, I. (2019). Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, *11*(2), 273–284. Https://Doi.Org/10.24235/Amwal.V11i2.4927

Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. An, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Visa: Journal Of Vision And Ideas*, *1*(2), 222–235. Https://Doi.Org/10.47467/Visa.V1i2.945

Romadi, P. (2020). Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Media Platform Online Dengan Tingkat Religiusitas. *Idarotuna*, *2*(2), 19–33. Https://Doi.Org/10.24014/Idarotuna.V2i2.9994

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Research*, *22*(3), 305. Https://Doi.Org/10.1086/209452

Rusdianti. (2024). *Membuat Video Promosi Digital Dengan Provocation Method (Hook & Tagline)*. *3*(9), 2049–2058.

Ruswandi, W. (2017). Pengaruh Budaya Kerja, Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pd Alam Aneka Aroma Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, *3*(1), 32–43. Http://Ejournal.Stiepgri.Ac.Id/Index.Php/Ekonomak/Article/View/40

Sapma Apriliana, N., & Priyo Utomo, E. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan Di Instagram Terhadap Pengetahuan Dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, *13*(2), 179–190. Https://Doi.Org/10.20885/Komunikasi.Vol13.Iss2.Art5

Sari, F. M. (2021). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam

Riau. In *Skripsi*.

Sari, T. A., Sinduningrum, E., & Noor Hasan, F. (2023). Analisis Sentimen Ulasan Pelanggan Pada Aplikasi Fore Coffee Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Media Online)*, *3*(6), 773–779. Https://Doi.Org/10.30865/Klik.V3i6.884

Setyawan, D. (2014). Hipotesis. *Kementerian Kesehatan Ri*, 1–13.

Smith, C. (2024). *Instagram Statistics And User Count For 2024*. Expandedramblings.Com. Https://Expandedramblings.Com/Index.Php/Important-Instagram-Stats/#.U_Jjttgcst8

Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif, Dan R&D* (D. I. Sutopo (Ed.); 3rd Ed.). Alfabeta.

Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media Video Promosi Pada Roofpark Cafe & Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat. *Tmj (Technomedia Journal)*, 221. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=En&Lr=&Id=Y0mzeaaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa220&Dq=Video+Promosi+Adalah&Ots=Pofsppntg3&Sig=Oazpy7q328n7wgpztuzpuxif_Mc&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Video Promosi Adalah&F=False

Susilawaty, E. Astra. (2020). Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Cermin: Jurnal Penelitian*, *4*(1), 133. Https://Doi.Org/10.36841/Cermin_Unars.V4i1.496

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Qosim Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, *1*(1), 13–23. Https://Doi.Org/10.61104/Jq.V1i1.49

Utami, N. P. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Kingkong Snack Di Instagram Terhadap Brand Awareness*. Https://Eprints.Untirta.Ac.Id/1206/1/Skripsi Nadhira Puteri Utami Ilmukomunikasi 2014 - Copy.Pdf

Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, *4*(2), 21–24. Https://Doi.Org/10.55338/Saintek.V4i2.730

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*, *15*(1 Suppl.), 71–83. Https://Doi.Org/10.1002/Per.423

Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal Of Documentation And Information Science*, *2*(1), 23–30. Https://Doi.Org/10.33505/Jodis.V2i1.130

Yudha, A. P., Irawan, A. W., & Pakuan, U. (2022). Analisa Iklan Melalui Fitur Instagram Ads Terhadap Minat Beli Konsumen Frozen Food. *Jimfe (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, *8*(1), 55–74. Https://Doi.Org/10.34203/Jimfe.V8i1.5280

Yuliawati, Y., & Suarna, I. F. (2017). Belanja Hedonis Di Kalangan Mahasiswa. *Ekubis*, *1*, 41–52.