

## DAFTAR PUSTAKA

- Angellice, & Irvan. (2022). Pengaruh Maskulinitas Dan Influencer Laki-Laki Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Somethinc Skincare. *Proceeding Seminar Nasional Bisnis Seri VI*, 104–111.
- APA. (2022). *Maskulinitas, pada KBBI daring Diambil 25 september 2022*. Retrieved from <https://kbbi.web.id/maskulinitas.html>.
- Ayuda. (2023). Tantangan Tradisi: Eksplorasi Motivasi Gaya Hidup Pria dalam Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan di Kota Pekanbaru. *Prosiding seminar nasional UNIMUS*, 6.
- Demartoto, A. (2011). Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman Dan Citranya Dalam Media. *Jurnal Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS Surakarta*, 1-11.
- Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas LakiLaki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 61-72.
- Drianus, O. (2019). Hegemonic Masculinity Wacana Relasi Gender Dalam Tinjauan Psikologi Sosial. *Jurnal of psychology, religion and humanity*.
- Fachruniza, S. F. (2018). *Hubungan Citra Wajah Dengan Motivasi Menggunakan Skincare Pada Mahasiswa Pengguna Skincare Di Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fahrimal, Y., & Husna, A. (2021). Media Dan Tafsir Maskulinitas: Suatu Tinjauan Atas Cultural Imperialisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tengku Umar*.
- Fuad, A & Sapto, K. (2013). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif Yogyakarta. Graha Ilmu*
- Goffman, E. (2023). The presentation of self in everyday life. *In Social theory re-wired*, 450-459.
- Hendrastomo, S. M. (n.d.). Perawatan Kulit Wajah Sebagai Gaya Hidup Laki laki. *Jurnal pendidikan sosiologi*, 2020.

- Kottler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kevin, dll. (2020). Analisa Tren Skin Care Natural Terhadap Preferensi Konsumenn. *Business Innovation*.
- Major, B., & O'brien, L. (2005). The social psychology of stigma. *Annu. Rev. Psychol*, 56, 393-421.
- Moleong, W.L. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nassaji, H. (2015) *Qualitative and Descriptive Research: Data Type versus Data Analysis*. Editorial Language Teaching Research, 19(2), 129-132.
- Nawiyah, dll (2023) Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skincare Lokal Pada Tahun 2022. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*.
- Ngangi, C. (2011). Konstruksi sosial dalam realitas sosial. *Agri-Sosioekonomi*, 7(2), 1-4.
- Ngafiatut, F. &. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki laki Pengguna Kosmetik. *Jurnal kajian Sosiologi*, 61-72.
- Nurleili, F. (2009). *Laki-laki Pengguna Produk Kosmetik (Sebuah Studi Interpretatif-Konstruktivis tentang Identitas Diri)*. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Nurbaiti, A. &. (2023). Perspektif Digital Marketing Communication Dalam Memasarkan Skincare di Indonesia. *Jurnal Of Social Science Research*, 3, 1327-1335.
- Poloma, M. (1994). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 3(2), 43–51.
- Putri, S. (2022). Resepsi Maskulinitas Terhadap Pria Dalam Konten Youtube Outfit Ideas Jovi Adhiguna Dan Andreas Lukita.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadani, R. (2021). Maskulinitas Dalam Novel Imra'ah 'Inda Nuqtah Al- Sifr dan Al-Hubb Fi Zaman Al-Naft Karya Nawal Al- Dawi.

- Sangadji, E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sani, R.A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sarosa, S, (2017). *Metodologi Pengembangan Sistem Informasi*. Jakarta: Indeks Jakarta.
- Saputri (2022) Analisis Pengaruh kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik
- Shofia, E., Abdillah, F., & Maeni, P. (2020). *Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Upaya Pencegahan Penuaan Dini Pada Wanita Usia Muda Emira Shofia: 156010036* . Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna, S. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja.
- Utami, C., & Demartoto, A. (2022). Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual sebagai Representasi Maskulinitas Baru (Studi Kasus pada Mahasiswa Metroseksual di Universitas Sebelas Maret). *Journal of Development and Social Change*, 5(1), 1-10.
- Walgito, B. (1994). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Andi Offset.