

DAFTAR PUSTAKA

- Amma, D. S. R., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). Hubungan citra diri dengan tingkat kepercayaan diri remaja di SMKN 11 Malang kelas XI. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(3). 534-543. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/>
- Anam, Moh. S., Annisa Warastri, S. P., & Andhita Dyorita, S. P. (2020). Motivasi penggunaan *skincare* ditinjau dari self-image pada pria di Yogyakarta [Skripsi, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta]. <http://digilib.unisayogya.ac.id/>
- Anggraini, N. P. (2019). Self image of male adolescents who does face treatment routinely at skin care clinic in Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 12(2), Article 2. <https://doi.org/10.52155/ijpsat.v12.2.699>
- Ayu, D. I. (2022). Komunikasi intrapersonal remaja putri berjerawat dalam meningkatkan kepercayaan dirinya. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1338>
- Brown J. D. (1998). *The self*. mcgraw hill inc. <https://books.google.com/cu/books?id=7FK3AwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Cahyani, A. N., & Argesty, U. F. (2023). Dampak penggunaan *skincare* untuk meningkatkan kepercayaan diri remaja laki-laki di Desa Gondangrawe (*Doctoral Dissertation, Uin Surakarta*). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/>
- Chaplin, J. P. (2011). Dictionary of psychology (terjemahan). Jakarta Rajawali Pers. <http://books.google.com/cu/books-pId=30011&pRegionCode=639>
- Cho, C. (2019). *The little book of skin care—Rahasia kecantikan korea untuk kulit sehat dan bercahaya*.
- Creswell J. W. (2016). Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan campuran (edisi 4). Pustaka Belajar.
- Dianawanti, V. (2021, maret 19). *Survei sebut pria lebih rajin pakai skin care di masapandemincovid-19*. Fimela.com. <https://www.fimela.com/beauty/read/4501558/survei-sebut-pria-lebih-rajin-pakai-skincare-di-masa-pandemi-covid-19>

- Dwitari, D. M., & Kusdiby, L. (2019). Mengukur sikap dan minat beli konsumen terhadap produk skin care dengan menggunakan brand image merek lokal. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 686-696). <https://jurnal.polban.ac.id/>
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna penggunaan make up sebagai identitas diri (studi mahasiswi universitas negeri Yogyakarta). *E-Societas*, 7(3), Article 3. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>
- Fachruniza, S. F. A. (2018). Hubungan citra wajah dengan motivasi menggunakan *skincare* pada mahasiswa pengguna *skincare* di Universitas Muhammadiyah Surakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/66032>
- Faikah, A., Baharudin, B., & Isrososiawan, S. (2019). Analisis penggunaan dana beasiswa bidikmisi dan dampaknya terhadap prestasi belajar mahasiswa bidikmisi. *SOCIETY*, 10(2), 95-109. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/society/article/view/1782>
- Firdaus, Z. M., Febriyanti, G., Sulistiawati, S., Jumiah, J., & Laksana, A. (2024). Peran media sosial dan citra merek dalam minat beli *MS Glow*. *Etic (Education And Social Science Journal)*, 1(2), 119-124. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/article/view/15>
- Fristy. (2012). Citra diri pada remaja putri yang mengalami kecenderungan gangguan body dismorphic [Universitas Gunadarma]. <https://studylibid.com/doc/1136855/>
- Gayatri, R. R. P. A., & Rahmasari, D. (2022). Penerimaan diri pada beauty vlogger yang mengalami body shaming. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(1), 56-65. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/44711>
- Hadijah. (2016). Upaya mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dalam meningkatkan prestasi (studi penelitian pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry) [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry] <https://repository.ar-raniry.ac.id/1855/1/Hadijah.pdf>

- Hanifah, H. N. (2012). Hubungan konsep diri dan minat melakukan perawatan wajah pada pria. *Journal of Social and Industrial Psychology, 1*(1), Article 1. <https://doi.org/10.15294/sip.v1i1.2686>
- Hanifah, M., Mahriani, R., & Bafadhal, O. M. (2021). Representasi pria metroseksual dalam iklan (analisis semiotika pada iklan 'axe men's grooming' versi Jefri Nichol) [Undergraduate, Sriwijaya University]. <https://repository.unsri.ac.id/58589/>
- Herdiansyah, H. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu psikologi*. Salemba Humanika
- Hosthota, A., Bondade, S., & Basavaraja, V. (2016). Impact of acne vulgaris on quality of life and self-esteem. *Cutis, 98*(2), 121-124. <https://cdn.mdedge.com/files/>
- Ilhami, S. M. A., & Hendrastomo, G. (2020). Perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup laki-laki. *E-Societas, 9*(3) 2-17. <https://journal.student.uny.ac.id/indexphp/societas/article/download/17119/16528>
- Irawan, V., & Widjaja, A. (2011). Pengembangan model perilaku konsumen pria dalam membeli produk perawatan kulit (*skincare*) di Indonesia. *Ultima Management, 3*, 16–30. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v3i1.173>
- Kristianawati, E., & Djalali, M. A. A. (2014). Hubungan antara kematangan emosi dan percaya diri dengan penyesuaian sosial. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia, 3*(03) 247-252. <https://core.ac.uk/download/pdf/291850240.pdf>
- Lastary, L. D., & Rahayu, A. (2018). Hubungan dukungan sosial dan self efficacy dengan prokrastinasi akademik mahasiswa perantau yang 1 2 berkuliah di Jakarta. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora, 2*(1), 17-23. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/70/10>
- Maarif, V., Nur, H. M., & Septianisa, T. A. (2019). Sistem pendukung keputusan pemilihan *skincare* yang sesuai dengan jenis kulit wajah menggunakan logika fuzzy. *Evolusi: Jurnal Sains dan Manajemen, 7*(2) 73-80. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/view/6755>
- Maharani, Y. D. L. (2019). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian *skincare* korea (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Jakarta). <http://repository.unj.ac.id/3146/>
- Maltz, M. (1996). *Kekuatan ajaib psikologi citra diri*. Mitra Utama.

- Maulida, N. A., Arsi, A. A., & Alimi, M. Y. (2018). Redefinisi konsep maskulinitas laki-laki pengguna perawatan kulit di klinik kecantikan armina desa robayan jepara. *Solidarity*, 7(1), 344-353 <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity>
- Noviana, T. (2023). Pengaruh self control dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa penerima beasiswa kip pips angkatan 2020-2021 FKIP Universitas Jambi (*Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS JAMBI*). <https://repository.unja.ac.id/55500/>
- Pratiwi, N., Asrina, A., & Hasan, C. (2023). Hubungan pengetahuan dengan pemilihan *skincare* pada remaja putri di SMPN 1 Awangpone. *Window of Public Health Journal*, 630-637. <http://103.133.36.91/index.php/woph/article/view/1185>
- Putri, S. C. M., & Savira, S. I. (2021). Gambaran citra diri fanboy kpop (sebuah studi kasus pada penggemar laki laki musik korea dalam komunitas *fandom*). *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 13. <https://ejournal.unesa.ac.id>
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2017). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. *Jurnal Spirits*, 4(2), 22. <https://doi.org/10.30738/spirits.v4i2.1117>
- Riyanto, A. A. P. (2023). Hubungan citra diri dan komunikasi interpersonal terhadap kepercayaan diri pada anggota campus ambassador “Wardah Beauty Circle” (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung*). <https://repository.unissula.ac.id/id/eprint/32221>
- Sari, I. A. W. P., & Suarya, L. M. K. S. (2018). Hubungan antara social comparison dan harga diri terhadap citra tubuh pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 265-277. <https://simdos.unud.ac.id/uploads/>
- Sari, I. K. (2016). Alasan para pria yang rajin berdandan dan merawat diri. Wolipop. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d3167834/alasan-para-pria-yang-rajin-berdandan-dan-merawat-diri>
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis pengaruh brand image, harga, dan review product terhadap keputusan pembelian *skincare* wardah pada mahasiswa unai. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(08), 12-25. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/730>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

- Wahyuni, G. A. K. T. E., & Wilani, N. M. A. (2019). Hubungan antara komparasi sosial dengan citra tubuh pada remaja laki-laki di Denpasar. *Jurnal psikologi udayana*, 6(1), 176-185. <https://simdos.unud.ac.id/uploads/>
- Winati, I. A. P. (2020). Pengaruh citra diri dan peran keluarga(family influence) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada mahasiswa pria UIN Maulana malik ibrahim Malang [Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/20063/>
- Yuliani, P. (2013). Hubungan citra diri (self-image) dengan perilaku perawatan wajah yang dilakukan pria di klinik *skincare* kota Bandung [Other, Universitas Pendidikan Indonesia]. https://doi.org/10/S_PSI_0901396Appendix.pdf
- Zahra, H., & Yenny, Y. (2022). Representasi Citra diri pria dalam iklan *MS Glow* for men versi Marshel Widiyanto X Babe Cabiita. *Journal Communication Specialist*, 1(2), 146-163.<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jcs/article/view/5014>