

DAFTAR PUSTAKA

1. Harahap MA, Adeni S. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Profesional Fis Unived*. 2020;7(2):13–23.
2. Prawiroharjo P, Libritany N. Tinjauan Etika Penggunaan Media Sosial oleh Dokter. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 2017;1(1):31–34.
3. Octaviana R. Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*. 2020;5(1):121-133.
4. Abdul A, Hasnuden N, Adnan WH. “Fomsumerism” dan Konsumerisme Kecantikan dalam Kalangan Pengguna Media Sosial di Malaysia. *Forum Komunikasi*. 2021;16(1):64–91.
5. Prawiroharjo P, Meilia PDI. Dokter Beriklan: Sebuah Tinjauan Menurut Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI) Tahun 2012. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 2017;1(1):13-17.
6. Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Pusat Ikatan Dokter Indonesia. Fatwa Etik Dokter Beriklan dan MLM [Internet]. Surat Keputusan Majelis Kehormatan Etik Kedokteran. 2020. Available from: https://web.persi.or.id/images/regulasi/edaran-idi/edaranidi_0222020.pdf
7. Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Pusat Ikatan Dokter Indonesia. Fatwa Etik Dokter dalam Aktivitas Media Sosial [Internet]. Surat Keputusan Majelis Kehormatan Etik Kedokteran. 2021. Available from: <http://mkekidi.id/wp-content/uploads/2021/05/SK-MKEK-029-Fatwa-Etik-Medsos.pdf>
8. Rozaliyani A, Meilia PDI, Libritany N. Prinsip Penetapan Sanksi bagi Pelanggaran Etik Kedokteran. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 2018;2(1):19–22.
9. Badan Pusat Statistik Jambi. Jumlah Tenaga Kesehatan (Jiwa) [Internet]. 2018. Available from: <https://jambi.bps.go.id/indicator/30/343/1/jumlah->

tenaga-kesehatan.html

10. Kementrian Kesehatan. Profil Rumah Sakit [Internet]. 2021 [cited 2023 Jun 1]. Available from: https://sirs.kemkes.go.id/fo/home/profile_rs/1571012
11. Pekrun R, Goetz T, Frenzel AC, Barchfeld P, Perry RP. Measuring Emotions in Students' Learning and Performance: The Achievement Emotions Questionnaire (AEQ). *Contemporary Educational Psychology*. 2011;36(1):36–48.
12. Anderson LW, Krathwohl DR. A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. *Psychology Counseling*. 2021;58(4):215–230.
13. Gamage AS. The Role of Education in Developing Personality Traits: A Literature Review. *Psychology Counseling*. 2018;3(17):1–17.
14. Schank RC. *Dynamic Memory Revisited*. 2nd ed. Cambridge University Press. England: Cambridge University Press; 1999. p. 34-50.
15. Albarracin D, Shavitt S. Attitudes and Attitude Change. *Annual Review Psychology*. 2018;69(1):299–327.
16. Crano WD, Prislin R. Attitudes and Persuasion. *Annual Review of Psychology*. *Psychology Counseling*. 2006;57(2):345–374.
17. Zhang X, Liu J. Social Influence on Attitudes: A Meta-Analysis and Systematic Review. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2021;47(1):67–85.
18. Oishi S, Kesebir S. Culture and Personality Current Opinion in Psychology. *Psychology Counseling*. 2020;32(1):28–33.
19. Beauchamp T, Childress J. Principles of Biomedical Ethics: Marking Its Fortieth Anniversary. *The American Journal of Bioethics* [Internet]. 2019;19(11):9–12. Available from: <https://doi.org/10.1080/15265161.2019.1665402>

20. Kode Etik Kedokteran Indonesia. Pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia [Internet]. 2012. Available from: <http://www.idai.or.id/professional-resources/ethic/kode-etik-kedokteran-indonesia>
21. Widjajanti D, Haryono AT, Purnamasari D. Media Sosial dalam Perspektif Indonesia: Kebijakan, Implementasi, dan Tantangannya. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 2019;7(2):187–202.
22. Hermawansyah A. Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Analisis*. 2022;3(3):45–58.
23. Wahyuni S, Arisani G, Riani, Hanipah. Peran Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Kesehatan. *Jurnal Forum Kesehatan Media Publikasi Kesehatan Ilmiah*. 2021;11(2):11–20.
24. Rania F. Literature Review: Analisis Penggunaan Telemedicine di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal Medical Health*. 2022;5(4):123–130.
25. Prasetyo G, Nindito AN. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sumber Informasi Kedokteran: Studi Kasus Jurnal Naskah Kedokteran Indonesia. *Jurnal Naskah Kedokteran Indonesia*. 2019;5(1):43–50.
26. Moorhead SA, Hazlett DE, Harrison L, Carroll JK, Irwin A, Hoving C. A New Dimension of Health Care: Systematic Review of The Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. *Journal of Medical Internet Research*. 2023 Apr;15(4):e85.
27. Alsobayel H. Use of Social Media for Professional Development by Health Care Professionals: A Cross-Sectional Web-Based Survey. *Journal of Medical Internet Research*. 2018 Sep;2(2):e15.
28. Ventura F, Chaves S, Duarte S. Patient Privacy Protection on Social Media: A Systematic Review of Privacy Breaches, Risks, and Mitigation Strategies. *BMC Medical Informatics Decision Making*. 2020;20(1):e35.

29. Coe AB, Gatewood J, Moczygemba LR. Pharmacy Students' Facebook Activity and Opinions Regarding Accountability and E-Professionalism. *American Journal of Pharmaceutical Education*. 2022;76(10):e188.
30. Cain J, Scott DR. Pharmacy Students' Facebook Activity and Opinions Regarding Accountability and E-Professionalism. *American Journal of Pharmaceutical Education*. 2019;73(6):e104.
31. Lohmann S, Volders E, Arnhold M. Stress in the Digital Age: Digital Stress Overload and Phubbing at the Workplace. *International Journal of Environmental Research Public Health*. 2020;17(10):34–91.
32. Verhoef LM, Van TH, Engelen LJ. Social Media and Rating Sites as Tools to Understanding Quality of Care: A Scoping Review. *Journal Medical Internet Research*. 2018;16(2):e56.
33. Belk RW. Possessions and the Extended Self. *Journal Consumer Research* [Internet]. 1988 Sep 1;15(2):139–168. Available from: <https://doi.org/10.1086/209154>
34. Firat F, Venkatesh A. Postmodernity: The Age of Marketing. *International Journal Research Marketing*. 2019;10:227–249.
35. Kalyani S. Impact of Covid-19 on Personal Care Products in India: a Study With Special Reference To Beauty and Cosmetic Products and Personal Hygiene Products. *NX-A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal*. 2021;7(2):39–44.
36. Lin C, Crowe J, Pierre L, Yang Y. Effects of Parasocial Interaction with an Instafamous Influencer on Brand Attitudes and Purchase Intentions. *Journal of Marketing Research*. 2021;10:55–78.
37. Kristina TN, Kuntjoro T. Etika Kedokteran dalam Praktik Klinik: Tantangan dan Peluang di Era Konsumerisme. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 2019;2(1):28–34.

38. Nugraheni D, Kurniawan F, Fatimah N. Dampak Konsumerisme Terhadap Praktek Kedokteran dan Etika Kedokteran. *Jurnal Ilmu Kedokteran Bandung*. 2018;50(2):56–63.
39. Aryani I, Yulianto Y. Konsumerisme dan Komersialisasi Pelayanan Kesehatan: Perspektif Etika Kedokteran. *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia*. 2020;9(1):20–26.
40. Setiawan A, Wijaya B. Dilema Etik dalam Praktik Kedokteran: Perspektif Dokter di Rumah Sakit. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 2021;8(2):145-156.
41. Aini DS, Sembiring S. Analisis Dilema Etik dalam Praktek Kedokteran di Indonesia: Tinjauan Kasus-Kasus Kontemporer. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Indonesia*. 2020;11(2):69–79.
42. Hidayati AN, Kumboyono K. Konflik Kepentingan dalam Promosi Produk Kecantikan: Tantangan Etika bagi Dokter. *Jurnal Kedokteran Brawijaya*. 2019;31(1):11–16.
43. Effendy E. Kualitas Produk Kecantikan dalam Kaitannya dengan Kesehatan Kulit. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Indonesia*. 2019;10(2):79–84.
44. Andayani T. Perilaku Penggunaan Produk Kecantikan dan Efeknya terhadap Kesehatan Kulit di Kalangan Mahasiswi. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Indonesia*. 2018;9(1):46–51.
45. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. BiGoId [Internet]. 2008;(September):1–2. Available from: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008>
46. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. 2016.

47. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan. Aturan Praktik Kesehatan. 2023.
48. Kementrian Kesehatan. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787/Menkes/Per/XII/2010 Tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan. 2010.
49. Apel KO. Etika Komunikatif: Pemikiran Filsafat Moral Kontemporer. Jurnal Filsafat. 1990;13–32.
50. Kant I. Das Sollen sebagai Kewajiban Moral: Pemikiran Etika Immanuel Kant. Kritisik Praktis: Pemikir Etika Immanuel Kant. 2008;15–45.
51. Weber M. Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme. Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme. 2009;23–54.
52. Heidegger M, Herrmann F. Sein und Zeit [Internet]. 1977. Available from: <https://www.academia.edu/download/32529176/Sein-und-Zeit1.pdf>
53. Sartre J. Das Sein und Das Nichts Klassiker Auslegen Herausgegeben von Otfried Höffe Band 22. England: Kindle Edition English; 2019. p. 4-7.
54. Budiastuti D, Bandur A. Validitas dan Reabilitas Penelitian. Mitra Wacana Media. Jakarta: Mitra Wacana Media; 2018. p. 21.
55. Notoatmodjo S. Ilmu Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2018. p. 26–35.
56. Erdian. Ilmu Perilaku. 6th ed. Jakarta: CV Sagung Seto; 2019. p. 120–122.
57. Irfan KS, Farhana I, Eiad AF, Nassr AM, Mohammed AQ, Maya N. Family Physicians' Utility of Social Media: A Survey Comparison Among Family Medicine Residents and Physicians. African Health Sciences. 2018;18(3):817–827.
58. Klee D, Covey C, Zhong L. Social Media Beliefs and Usage Among Family Medicine Residents and Practicing Family Physicians. Family Medicine. 2020;47(3):222–226.

59. Aprilianti S. Pengaruh Periklanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Tloac di Bennychen Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2017;1(2):0–11.
60. Firdaus A, Irwansyah. Pengaruh Rekomendasi Teman dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2019;12(2):104–117.
61. Setiawan R. Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2019;10(1):45–58.
62. Lestari D, Siti R. Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 2021;18(3):89–97.