

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barnard, M. (2002). *Fashion as Communication 2nd Edition*. Taylor & Francis Group.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approaches*. SAGE
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 8th Edition*. The McGraw-Hill Companies.
- Kementrian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Aptika.kominfo.go.id.
- Kerlinger, F.N., & Lee, H.B. (2002). *Foundations of Behavioral Research Edisi 4*. Florida: Harcourt Brace College.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Jurnal

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, Universitas Gajah Mada. Vol 3 No 3 Hal 131-140

Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *Fashion* pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Sburai*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Vol 7 No 2.

Campos, A. Q., & Wolf, B. (2018). *The Concept of Fashion Trend: meaning, history, connotation. Journal. Universidade do Estado de Santa Catarina Brasil*. Vol 11 No 22 Hal 31-48.

Davis, Jenny L. (2016, Januari). *Social Media*. Vanderbilt University.

DeFleur, M., & Ball-Rokeach. (1989). *Theories of Mass Communication: Fifth Edition*, Longman, New York.

Dewi, N. L. E. P., Dewi, N. I. K., & Riyasa, I. A. P. W. (2024) Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Wanita terhadap Busana Kebaya di Kuta Selatan. *Neraca Manajemen Ekonomi*, Politeknik Negeri Bali. Vol 6 No 10.

Mahyarni. (2013). *Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Vol 4 No 1.

- Majeed, M., Ansah, M. O., & Ashmond, A. A. (2021). *The Influence of Social Media on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Equity*, *Cogent Business & Management Journal*. 8: 1944008.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *Jurnal Konseling Indonesia*, Universitas Negeri Malang. Vol 3 No 2 Hal 33-36.
- Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin H. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Universitas Tanjungpura. Vol 9 No 9.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam *Trend Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora*, Universitas Muhammadiyah Malang. Vol 4 No 2.
- Regiani, E. *et al.* (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet terhadap Perkembangan Kognitif dan Perilaku Anak dalam Keluarga. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*. Universitas Pendidikan Indonesia. Vol 4 No 3.
- Sabrina, N. S. & Kartasasmita, S. (2021). *The Relationship Between Instagram Social Media Intensity and Consumptive Behavior of Fashion Products Among Early Adulthood Women*. *Jurnal Social Science, Education and Humanities*. Vol 570.

Saravanan, D., & Ninthyaprakash. (2015). *Fashion Trend and Its Impact on Society.*

Journal. Kumaraguru College of Technology.

Sartika, N. Y. & Sugiharsono. (2020). *Self-Efficacy and Intensity of the Use of Social Media on Consumption Behavior: Case Study in the Economics Faculty of Yogyakarta State University. Jurnal Economia, Universitas Negeri Yogyakarta.* Vol 16 No 1 (71-85).

Sartika, N. Y., & Rozikin, A. Z. (2024) *The Influence of Intensity of Social Media Use on the Consumption Behavior of Senior High School 3 Palangka Raya. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.* Vol 9 No 2 (147-153).

Suyati, E. S., & Roziki, A. Z. (2023) *Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMAN 3 Palangka Raya. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Undiksha.* Vol 15 No 1.

Yuniar, G. S., & Nurwidawati, D. (2013). *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. Jurnal, Unesa.* Vol 2 No 1.

Website

Annur, C. M. (2024, Februari). Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024). Dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/14b22155405908d/TikTok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024> . Diunduh pada 5 Oktober 2024 pukul 15.17 WIB.

Badan Pusat Statistik melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Konsumsi. (2023, Desember). Persentase Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang, Indonesia, 1999, 2002-2023. Dalam <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTM3IzE=/persentase-pengeluaran-rata-rata-per-kapita-sebulan-menurut-kelompok-barang--indonesia--1999--2002-2023.html> . Diunduh pada 6 Oktober 2024 pukul 18.47 WIB.

Cara TikTok Merekomendasikan Konten. <https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content> . Diakses pada 16 November 2024 pukul 17.25 WIB.

Konten TikTok Oslo Ibrahim. <https://vt.TikTok.com/ZS2EHjqNW/> .Diakses pada 15 Oktober 2024 pukul 20.15 WIB.

Konten TikTok *Trend Fashion*. <https://vt.TikTok.com/ZS2EHPGG6/> . Diakses pada 15 Oktober 2024 pukul 20.27 WIB.

Memahami Koefisien Determinasi dalam Regresi Linear. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien->

[determinasi-dalam-regresi-linear/](#) . Diakses pada 25 November 2024 pukul 18.45 WIB.

Phelan, C., & Wren, J. (2005). *Reliability and Validity*.
<https://chfasoa.uni.edu/reliabilityandvalidity.htm> . Diakses pada 24 November 2024 pukul 20.10 WIB.

Raharjo, S. (Februari, 2021). Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dengan SPSS. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html> . Diakses pada 23 November 2024 pukul 15.27 WIB.

Redaksi CNBC Indonesia. (2024, Februari). Raja Aplikasi Terbaru di RI, Ternyata Bukan WhatsApp-Instagram. Dalam
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-instagram> . Diunduh pada 5 Oktober 2024 pukul 15.05 WIB.

Ridwan, P. P. (2022, November). Serba-serbi Perkembangan TikTok. Dalam
<https://goodstats.id/article/serba-serbi-perkembangan-TikTok-Uy4n7> .
Diunduh pada 5 Oktober 2024 pukul 15.48 WIB.

Temukan Tren yang Akan Datang dengan #TikTokFashion.
<https://newsroom.tiktok.com/in-id/temukan-tren-yang-akan-datang-dengan-tiktokfashion> . Diakses pada 16 November 2024 pukul 20.33 WIB.

TikTok adalah Platform dimana Konten dan Transaksi Belanja Bertemu <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya> . Diakses pada 16 November 2024 pukul 20.47 WIB.

Wikipedia. Pengertian Generasi Z. https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z . Diakses pada 15 Oktober 2024 pukul 19.13 WIB.