

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Nursapiah. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius Anggota IKAPI.

### Jurnal

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 239-247.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 311-324.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, A438-A433.
- Bisjoe, A. R. (2018). Menjaring Data dan Informasi Penelitian Melalui FGD (Focus Group Discussion): Belajar dari Praktik Lapang. *Buletin Eboni*, 17-27.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Infokam*, 116-123.
- Darmaningrum, K., Wijastuti, S., & Puspitasari, D. A. (2021). Digital Marketing Sebagai Solusi Pemasaran UMKM di Kota Surakarta. *Seminar Nasional Dies Natalis Ke-41* (pp. 146-154). Surakarta: Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
- Devi, N. T., & Satwika, Y. W. (2022). Studi Fenomenologi: Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Remaja Akhir Shopee Affiliates. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 209-220.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 65-71.

- Farida, & Anggraeni, A. (2022). Pengaruh Efektifitas Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Skincare Erto's Beauty Care Melalui Media Sosial Tiktok. *Inovator: Jurnal Manajemen*, 129-144.
- Indrayani, N. M. (2021). Dampak Penggunaan Media Komunikasi (Gadget) terhadap Perubahan Perilaku pada Generasi Muda Hindu. *Jurnal Lampuhyang*, 1-16.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & P.V, D. I. (2022). Analisis Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food). *Jurnal Lentera Bisnis*, 205-218.
- Irawan, D., Triana, N., Suwarni, L., & Selviana. (2020). Edukasi Protokol Kesehatan dan Strategi Pemasaran Online Melalui Program Kemitraan Masyarakat di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 655-662.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. *SOSIETAS : Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1-8.
- Khairat, M., Nur, A. Y., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonise dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 130-139.
- Komariah, N. S., Untari, D. T., & Bukhari, E. (2019). Teknologi Komunikasi dan Perubahan Sosial Remaja di Indonesia; Sebuah Kajian Literatur Tentang Penggunaan Sosial Media. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 177-184.
- Lestari, R. A., & Latabulo, D. D. (2022). Perilaku Konsumen Remaja Putri dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Tiktok di Masa Pandemi. *Kalbisocio: Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 54-61.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1-9.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah .
- Mumtaz, Z. A., Dharta, F. Y., & Oxygentri, O. (2022). Fenomena Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Bekas Penonton Tayangan #RacunTiktok. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2862-2868.
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan pada Tiktok Shop (Studi pada Pelanggan Tiktok Shop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 229-240.
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Jurnal Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8-18.
- Mutrofin, L. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri dan Respon Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang . *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 56-62.
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 29-35.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 86-96.
- Novita, D., Andriani, J., & Yuliani, N. (2021). Influence Of Brand Image And Word Of Mouth Communication On Purchase Decision In Tiktok Shop. *International Conference on Management and Science*. Tangerang Selatan: HUMANIS (Humanities, Management, and Science Proceedings).
- Novitasari, S. M., & Sari, M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan Masyarakat Pengguna Aktif Media Sosial). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 97-108.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 21-34.
- Nurfadilah, S. D. (2021). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Sukabumi). *International Journal Administration, Business, and Orgaization*, 16-23.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *Learn Tech Lib The Learning and Technology Library*, 121-136.
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hernita, M., & Nur, F. Z. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp:

Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 5-16.

- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Az-Zuhaida, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial). *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 49-60.
- Ratna, Juniarni, S., & Afriany, A. N. (2022). Analisis Minat Beli Pelanggan Melalui Sistem Penjualan Cash on Delivery Study. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 23-29.
- Simanjourang, R., & Nawawi, Z. M. (2022). The Role Of Social Media Tiktok in Increasing the Interest in Entrepreneurship in the Millenial Generation. *Journal of Business, Social and Technology (Bustechno)*, 9-12.
- Tandililing, d. (2013). Pengembangan Pembelajaran Matematika Sekolah dengan Pendekatan Etnomatematika berbasis Budaya Lokal sebagai Upaya untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Matematika di Sekolah. *Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*, 194-202.
- Triyanti, M. D., Merah, E., Gratia, G., Paringa, T., & Primasari, C. (2022). Fenomena Racun Tiktok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 193-200.
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Tiktok Shop. *Forum Ekonomi*, 632-639.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa. *AGRISCIENCE*, 232-243.
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @kopipapaganteng). *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 140-150.
- Zazin, N., & Zaim, M. (2019). Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial pada Generasi-Z. *Proceeding Antasari International Conference* (pp. 534-563). Jurnal UIN Antasari.

## Web

- Ahdiat, A. (2022, September 08). *Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja Fashion*. Retrieved from Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>

- Ginee. (2021, November 09). *Pengguna Tiktok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!* Retrieved from Ginee:  
<https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Kertapati, H. (2022, September 24). *Hasil Survey Populix: Tiktok Shop Dominasi Pasar Social Commerce di Indonesia*. Retrieved from Indiekraf Tajuk Ekraf Indonesia: <https://indiekraf.com/hasil-survey-populix-tiktok-shop-dominasi-pasar-social-commerce-di-indonesia/>
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id:  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Rizaty, M. A. (2022, Januari 04). Tiktok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021. *Databoks*, p. 1.