

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A. (2015). *Teori Sosial Postmodern (Michel Foucault, Jacques Derrida, Jurgen Habermas, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard)*.
- Ahdiat, A. (2023, September 25). *Sekitar 2 Juta Ton Tekstil Impor Masuk Indonesia Tiap Tahun*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/25/sekitar-2-juta-ton-tekstil-impor-masuk-indonesia-tiap-tahun>
- Al Faqir, A. (2023, August 4). *Survei: Generasi Z Paling Melek Medsos Tapi Lebih Suka Belanja ke Toko Langsung*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/survei-generasi-z-paling-melek-medsos-tapi-lebih-suka-belanja-ke-toko-langsung-10261-mvk.html?screen=2>
- Alfi, A. V. (2022). *Persepsi Pria Remaja dan Dewasa Terhadap Postingan Iklan Foundation Dear Me Beauty Series W03 Golden Sand Pada Media Sosial Instragram [UPN Veteran Jawa Timur]*. https://repository.upnjatim.ac.id/4118/4/17043010100_BAB%20III.pdf
- Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi. (2019). *Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard*.
- Bartol, L., Wilson, J. L., Atkinson, L., & Richards, S. (2023). *Is It Possible for Fast fashion to Be Environmentally Sustainable? Division of Textiles and Apparel Supervising Professor Second Reader*.
- Bestari, A. G. (2020). *Pembuatan Tote Bag Dengan Hiasan Textile Painting Sebagai Upaya Sustainable fashion*.
- Cahyarani, N. M. G. (2023). *Globalisasi Membuat Budaya Konsumerisme Memberikan Berbagai Dampak Pada Masyarakat Dalam Perspektif Jean Baudrillard*.
- Debila, N. (2023, January 10). *10 Mall Di Surabaya yang Paling Populer untuk Dikunjungi*. Beritajatim.Com. <https://beritajatim.com/ragam/10-mall-di-surabaya-yang-paling-populer-untuk-dikunjungi/>
- Deborah, I., Oesman, Y. M., & Yudha, R. T. B. (2022). Social media and impulse buying behavior: The role of hedonic shopping motivation and shopping orientation. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(1), 65–82. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.5450>
- Deschamps, T. C., Carnie, B., & Mao, N. (2017). Public consciousness and willingness to embrace ethical consumption of textile products in Mexico. *Textiles and Clothing Sustainability*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40689-016-0017-2>

- Dhini, V. A. (2022, March 15). *10 Merek Fesyen Favorit Masyarakat Indonesia, Siapa Juaranya?* Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/10-merek-fesyen-favorit-masyarakat-indonesia-siapa-juaranya>
- Dwiyanti, N. M. F. S., Pujaastawa, I. B. G., & Laksmiwati, I. A. A. (2022). Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar, Bali. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162–170.
- Enita, M., & Sari, P. (2017). Peran Masyarakat dalam Mencapai Pola Konsumsi Berkelanjutan. In *Trias Politika* (Vol. 1, Issue 2).
- Fahrika, A. I., Awaluddin, M., & K, A. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Merek *Fashion* Muslimah Di Indonesia. *An Nisa'*, 16, 19–25.
- Fajri, D. L. (2022, February 7). *10 Mall Terbesar di Indonesia*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61fe42fa8b321/10-mall-terbesar-di-indonesia>
- Habib, M. A. F., Nisa, K. K., Fatkhullah, M., Al Ursah, C. R., & Budita, A. K. (2022). *Sosiologi Ekonomi: Kajian Teoretis dan Contoh Penerapan*.
- Hapsari, A. T. (2019). *Persepsi Masyarakat Semarang Terhadap Proses Sosialisasi Pemanfaatan BPJS Di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang*. 45–75.
- Irmayanti, L., Iqbal Fasa, M., & Islam Negeri Raden Intan, U. (2022). Pengaruh Analisis Kesadaran Industri *Fashion* dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi *Sustainable fashion* Menurut Perspektif Ekonomi Islam Analisis Kesadaran Industri *Fashion* dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi *Sustainable fashion* Menurut Perspektif Ekonomi. In *Youth & Islamic Economic Journal* (Vol. 03).
- Ismail, A. (2023). *How Can Sustainable Clothing Brands Effectively Leverage Tiktok As A Marketing Platform To Enhance Brand Awareness*.
- Ivathurrochmah. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing Tiktok Terhadap Pembelian Impulsif di Mediasi Self Esteem pada Generasi Muda Surabaya*.
- Jalil, I., Irmalis, A., Muzakir, Wahyuningsih, Y. E., & Ansari, L. P. (2020). *Literature Review : Produk Etis Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Dampaknya Pada Perilaku Konsumen*. 4, 135–144.
- Jeo. (2022, July 19). “*Citayam Fashion Week*”, *Generasi Z, dan Limbah “Fashion” yang Tak Disadari*. Kompas.Com. <https://jeo.kompas.com/citayam-fashion-week-generasi-z-dan-limbah-fashion-yang-tak-disadari>
- Kadek, N., & Diantari, Y. (2021). *Fast fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar)* (Vol. 1).

- Kaikobad, N. K., Bhuiyan, Md. Z. A., Zobaida, H. N., & Daizy, A. H. (2015). Sustainable and Ethical *Fashion*: The Environmental and Morality Issues . *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)* , 20(8), 17–22.
- Khelsea, Y. O., Tranggono, D., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). *Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya*.
- Kostadinova, E. (2016). *Sustainable Consumer Behavior: Literature Overview*.
- Kulsum, U. (2020). Sustainable fashion as The Early Awakening of the Clothing Industry Post Corona Pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 422–429. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Kussudyarsana. (2016). *Persepsi Konsumen Atas Merek Lokal Dan Asing Pada Kategori Produk Hedonik Dan Utilitarian*.
- Mashud, M. (2019). *Konsep dan Ruang Lingkup Sosiologi Komunikasi*.
- Melinda, Lesawengen, & Waani, F. J. (2022). *Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado*. 2, 01–11.
- Muazimah, A. (2020). *The Effect Of Fast fashion On Consumerism Culture And Environmental Damage In Indonesia (Vol. 7)*. <https://www.forbes.com/sites/sanfordst>
- Myeong. (2023). *Gen Z Kecanduan Fast fashion dan Itu Bisa Merusak Bumi!* [Bisnismuda.Id. https://bisnismuda.id/read/6854-myeong/gen-z-kecanduan-fast-fashion-dan-itu-bisa-merusak-bumi](https://bisnismuda.id/read/6854-myeong/gen-z-kecanduan-fast-fashion-dan-itu-bisa-merusak-bumi)
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of *fast fashion*. In *Nature Reviews Earth and Environment* (Vol. 1, Issue 4, pp. 189–200). Springer Nature. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Oping, N., Lopian, S., & Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Impulsif Buying Pada Produk Konsumsi Rumah Tangga Di Sakura Mart Amurang. *Jurnal EMBA*, 3, 104–116.
- Peters, G., Li, M., & Lenzen, M. (2021). The need to decelerate *fast fashion* in a hot climate - A global sustainability perspective on the garment industry. *Journal of Cleaner Production*, 295. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126390>
- Prakosa, I., & Handoyo, P. (2023). *Gaya Hidup Konsumsi Fashion Mahasiswa Rantau Bangkinang di Kota Surabaya (Vol. 12)*.
- Pramodhawardhani, J., Endrayana, M., & Retnasari, D. (2021). *Penerapan Sustainable Fashion Dan Ethical Fashion Dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast fashion*.

- Prasanti, E., Zuhri, S., Achmad, Z. A., & Tutiasri, R. P. (2023). *Impelementasi Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @stripesmestore di Instagram Kata kunci* (Vol. 6). <http://Jiip.stkipyapisdompui.ac.id>
- Putri, A. Y., & Riorini, V. (2023). Antecedent Perilaku Pembelian Pakaian Mode Berkelanjutan di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober*, 53–66. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378580>
- Rachel, R., & Rangkuty, R. P. (2020). *Konsumerisme Dan Gaya Hidup Perempuan Di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan FISIP UNIMAL*.
- Rahmadania, R. (2022, November 2). *Fast fashion Waste, Limbah yang Terlupakan*. Its.Ac.Id.
- Rahmawati, A. (2016). *Faith, Fashion and Femininity Visual and Audience Analysis of Indonesian Muslim Fashion Blogs*.
- Rahmawati, A., Febriyanti, S. N., & Tutiasri, R. P. (2022). *Thrift Shopping and Indonesian Urban Youth Fashion Consumption*.
- Rosadi, D. (2021, October 22). *Survei KIC: Baru 28 Persen Konsumen Memahami Produk Hijau Artikel ini telah Survei KIC: Baru 28 Persen Konsumen Memahami Produk Hijau*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/doddyrosadi/ekonomi-hijau/61725e378f331/survei-kic-baru-28-persen-konsumen-memahami-produk-hijau>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish.
- Sarasi, V., & Kondang, K. S. W. (2023). Analisis Minat Beli Generasi Z Muslim Terhadap Produk Eco-Fashion ‘Sejauh Mata Memandang.’ *Ekonomi Dan Bisnis Islami, XIII*, 18–34.
- Saumantri, T. (2022). Konsumerisme Masyarakat Kontemporer dalam Pemikiran Jean Baudrillard. In *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya* (Vol. 28, Issue 2).
- Sayyida, S. Q., & Wardaya, M. (2022). *Sustainable fashion, Investasi pada Produk Fashion yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah Fashion yang Menumpuk*. *Nirmana, 21*(2), 87–91. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.2.87-91>
- Shafie, S., Kamis, A., Ramli, M. F., Abu Bedor, S., & Ahmad Puad, F. N. (2021). *Fashion Sustainability: Benefits of Using Sustainable Practices in Producing Sustainable fashion Designs*. *International Business Education Journal, 14*(1), 103–111. <https://doi.org/10.37134/ibej.vol14.1.9.2021>
- Shaw, S. (2023a). *50 Merek Fashion Cepat Teratas*. Leelinesourcing.Com. <https://leelinesourcing.com/id/fast-fashion-brands/>

- Shaw, S. (2023b, April 27). *50 Merek Fashion Cepat Teratas*. Leelinesourcing.Com. <https://leelinesourcing.com/id/fast-fashion-brands/>
- Shen, D., Richards, J., & Liu, F. (2013). *Consumers awareness of sustainable fashion. Marketing management journal*. 134–147.
- Simbolon, N. S. D. K., Zargustin, D., & Nizar Rini. (2018). Hubungan Persepsi Konsumen Dengan Perilaku Mengkonsumsi Buah Lokal Di Pasar Tradisional Arengka Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. In *Jurnal Agribisnis* (Vol. 20, Issue 1).
- Sinaga, J. A. (2020). *Studi Tentang Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Online Saat Pandemi Covid-19*.
- Smith, P. (2023, September 5). *Fast fashion market value forecast worldwide from 2022 to 2027*. Statista.Com.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. B. In *Alfabeta*.
- Sutanto, H., Muta'allim, Asman, Marantika, R., Fauzi, I., Harto, B., Yunus, M., Arifin, M., Rahman, Y. A., Agustiawan, Tabroni, I., & Ubaidillah, M. (2022). *Model dan Strategi Manajemen Konflik Dalam Rumah Tangga* (Muta'allim, Ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Syahputra, A., & Putra, H. R. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM)*.
- Syauki, W. R., Ayu, D., & Avina, A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 50–65.
- Tutiasri, R. P., & Purnamasari, N. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*.
- Ulfah, M., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2022). *Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. 14(2), 238–245.
- Walidin, W. A., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (M. Masbur, Ed.). FTK Ar-Raniry Press.
- Zahrawati, F., & Faraz, N. J. (2017). Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Konsumtif Siswa. *Harmoni Sosial Jurnal Pendidikan IPS*, 4, 131–141.
- zerowaste.id. (2020, January 6). *Mengenal Fast fashion dan Dampak yang Ditimbulkan*. Zerowaste.Id. <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>

Zhang, B., Zhang, Y., & Zhou, P. (2021). Consumer attitude towards sustainability of *fast fashion* products in the uk. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(4), 1–23.
<https://doi.org/10.3390/su13041646>