

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinarso, Dhipayasa. "No Titleبببب." *Nucl. Phys.* 13, no. 1 (2023): 104–16.
- Aditya, M. I. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar" ., 2018, Vol 2 .
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability/article/view/1958>
- Aminah, Aminah, dan Lisa Nurhasanah. "Perilaku Impulsive Buying Gen-Z dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Lab* 7, no. 02 (2023): 122–36.
<https://doi.org/10.33507/lab.v7i02.1776>.
- Angelina, Arta Laras. "Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z di Surabaya," 2021, 1–115.
- Anggraini, Dewi, Ferayani Ferayani, Williny Williny, Ngadjudin Nugroho, dan Anggia Arif. "Analisis Shopping Lifestyle & Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pembelian Kaos Pada Mahasiswa Politeknik Cendana)." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik* 7, no. 2 (2022): 294–301.
- Ariestama, M, dan Zulfebriges. "Pengaruh Terpaan Media Streaming Musik terhadap Minat Dengar pada Mahasiswa Kota Bandung." *Prosiding Manajemen Komunikasi* 7, no. 2 (2021): 405–9.
- Christabella, Marvelyn, dan Wulan Purnama Sari. "Pengaruh EPIC Model terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Iklan Racun Shopee Pada Aplikasi TikTok)." *Prologia* 6, no. 2 (2022): 280–87.
<https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15455>.
- Diah Syafika, Alinda, dan Hairunnisa. "Pengaruh Akun Instagram Tasya Farasya Terhadap Impulsive Buying Konsumen Kota Bontang Alinda Diah Syafika 1) ; Hairunnisa 2)" 10, no. 2 (2023): 517–524.

- Effendy. "BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Teori S-O-R," 2003.
- Fabiana Meijon Fadul. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Emosi Positif dan Impulse Buying pada Konsumen Shopee," 2019, 12–30.
- Gunawan, Graciella Tansah, dan Tony Sitinjak. "Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta)." *Manajemen Pemasaran* 7, no. 2 (2018): 109–23.
- li, B A B. "Bab ii teori pasar tradisional 2.1.," no. 112 (2007): 11–33.
- . "Pengaruh Brand Loyalty ..., Muhammad Aji Nurfahmi, FEB UMP, 2022 11," 2001, 11–27.
- Ilmiah, Jurnal, dan Wahana Pendidikan. "3 1,2,3" 10, no. April (2024): 806–813.
- Jamil, Siti Nur Asiyah. "Penggunaan Teori SOR Dalam Menganalisis Kerukunan Antar Umat Beragama." *E-Journal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta* (2023): 18. <https://repository.uinjkt.ac.id/>.
- Kiagun, Egi Sokia, dan Gita Wideasanty. "Pengaruh Konten Food Vlogger Channel Youtube Farida Nurhan Terhadap Minat Berwisata Kuliner." *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital* 2, no. 2 (2023): 138–59. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v2i2.573>.
- Mahardika, Gilang. "Pengaruh Iklan Lazada Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suska Riau," no. 3923 (2020).
- Marlina, Vetty, dan Atik Lusya. "Pengaruh Ulasan Produk, Pengendalian Diri, Influencer dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Tiktokshop." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 01 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i01.119>.
- Mathematics, Applied. "Dampak iklan fashion online shop terhadap perilaku belanja remaja di media sosial (Studi di Kalangan Remaja Desa Tanak Awu Kecamatan Pujut) Oleh," 2016, 1–23.

Maulana, Irfan, Jovanna Merseyside br. Manulang, dan Ossya Salsabila.

“Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital.” *Majalah Ilmiah Bijak* 17, no. 1 (2020): 28–34.

<https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>.

MAULIDIYA, R. “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Remaja (Studi Pada Pelajar Sman I Pringsewu),” 2023.

[http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/72589%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/72589/3/SKRISPI FULL TANPA BAB PEMBAHASAN.pdf](http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/72589%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/72589/3/SKRISPI%20FULL%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf).

Mayssara, Hassanin. “Pengaruh Karakteristik Generasi Z Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2017&2018 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014.

Mrtinoes, Muhammad Rizky. “Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Localprideindonesia Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.”

<https://Repository.Uir.Ac.Id/>, 2022.

<https://repository.uir.ac.id/12341/1/179110027.pdf>.

Nabila, Bella Annisa, Yudiana Indriastuti, Fakultas Ilmu, Ilmu Politik, Universitas Pembangunan, Nasional Veteran, dan Jawa Timur. “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Fashion Haul Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Perempuan the Influence of Exposure Tiktok Fashion Haul Content Toward Impulsive Buying Behavior in Adolescent Girls” VII, no. I (2024): 151–162.

Natalie A., Angela, dan Edwin Japarianto. “Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Value Di H&M Store Pakuwon Mall Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 40–46. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.40-46>.

Nugroho, Pramudia, dan Romyeni. “Pengaruh Terpaan Konten Video #Ootd Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau.” *Communications* 6, no. 1 (2024): 45–62. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>.

- Oliver, J. “Pengaruh Lonlines Terhadap Pembellian Tidak Terencana.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.
- Paranita, Livia. “Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Talkshow @Show_Imah di Trans TV.” *Jurnal e-Komunikasi* 2, no. 1 (2014): 1–10.
- Pratama, Andromeda Gilang, dan Mohammad Nuh. “Pengaruh Konten Tiktok @Backpackertampilan terhadap Minat Traveling Generasi Milenial.” *Ahkam* 3, no. 1 (2024): 401–14. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v3i1.2764>.
- Pratiwi, Eliska, I Nyoman Sujana, dan Iyus Akhmad Haris. “Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Penerapan Program Kerja Bumdes Dwi Amertha Sari Di Desa Jinengdalem.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (2019): 285.
- Ramadani, Afifatul Laili, dan Saifuddin Zuhri. “Pengaruh konten akun tiktok @Handmadeshoesby terhadap perilaku konsumtif perempuan di Surabaya.” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 9, no. 1 (2023): 1002–15.
- Rizky Amartha, Muhammad, dan Fahmi Anwar. “Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja.” *Jurnal Sosial Dan Humaniora* 1, no. 2 (2023): 259–70.
- Sabila, Thafanya Dio. “Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Online Shop @Riddikuluswear.Id Di Instagram),” 2020, 11–31.
[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5146/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5146/8/UNIKOM_THAFANYADS_BAB II .pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5146/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5146/8/UNIKOM_THAFANYADS_BAB%20II.pdf).
- Salsabila, J. “Strategi Komunikasi Digital Content Marketing Untuk Membentuk Brand Engagement (Studi Akun Instagram@ Pricebook. mobil Dengan Penggunaan Social Media ...,” 2021.
[https://repository.bakrie.ac.id/5127/%0Ahttp://repository.bakrie.ac.id/5127/1/00 cover.pdf](https://repository.bakrie.ac.id/5127/%0Ahttp://repository.bakrie.ac.id/5127/1/00%20cover.pdf).
- Salsabila, M. *Konten “Racun” Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong*

Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2023.

https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72514%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72514/1/MILLAH_SALSABILA.FISIP.pdf.

Susbiyantoro, Titim Nurlia, dan Dewi Dahlia. “Analisis Pemanfaatan Digital Konten Media Sosial Tiktok Terhadap Proses Pemasaran Produk.” *Proceeding of LP3I National Conference ...*, no. November (2022): 417–28. <https://prosiding.lp3ijkt.ac.id/index.php/licovbitech/article/view/33%0Ahttps://prosiding.lp3ijkt.ac.id/index.php/licovbitech/article/download/33/29>.

Tedy, Jayanti M Sagala, dan Wira Pamungkas. “Pengaruh aspek musikal pada konten viral tiktok dalam lagu top 3 wilayah asia tenggara.” *Human Art'sthetic Journal (HAJ)* 1, no. 2 (2023): 73–82. <https://journal.uvers2.ac.id/index.php/haj/article/view/160>.

Umami, Laila, Ahmadi Ahmadi, dan Marhamah Marhamah. “Pengaruh Iklan Dan Kemudahan Belanja Terhadap Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa.” *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 10 (2023): 1185–97. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.890>.

Unusia, Mahasiswa. “Universitas nahdlatul ulama indonesia jakarta 2023,” 2023.

Usman, Nanda. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.” *Analisis Profitabilitas Usaha Tani Cengkeh dan Tingkat Kesejahteraan Petani Cengkeh Di Kecamatan Larompong*, no. 4022023019 (2021). <https://core.ac.uk/download/pdf/349495386.pdf>.

Yang, Mega Suciyanti. “Yang, Mega Suciyanti.” *Universitas Kristen Maranatha* ., 2016, 7–26. https://repository.maranatha.edu/20632/4/1261037_Chapter2.pdf.

Zulfadli, Z. “Pengaruh Konten Instagram@ bocokopi Terhadap Minat Beli Followers,” 2022, 83–90. <https://repository.uir.ac.id/13228/>.