

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Z. U. (2022). *Pengaruh Promosi Persepsi Kemudahan, Kualitas Informasi & Kepercayaan terhadap Minat Beli pada E-commerce Tiktok Shop*. Uin Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Aini, E. N., dan Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian. Hlm 8.
- Ardiyanto, dan Herawati. (2021). The influence of psychological factors on the relationship between social media use and compulsive buying behavior. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*.
- Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021. (Mei 2022) BPS
- Christabella, M., & Sari, W. P. (2022). Pengaruh EPIC Model terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Iklan Racun Shopee Pada Aplikasi Tiktok).
- Dahlan, N. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok TemanSebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar , Makasar.
- DataIndonesia.id. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. <https://dataindonesia.id>
- Dilasari, Mulyat, S. & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 02(2), 56–77.
- Erizal, N. (2020). The Influencer Of tiktok On The Consumption Behavior Of Adolescents In Online Shopping. *International Journal of Cultural and Sosial Science*. <https://pcijournal.org/index.php/ijcss/article/view/84>

- fauziah, L. (2020). Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. Universitas Islam Sultan Agung. <https://jurnal.unissula.ac.id>
- Febriani, D. (2021). Hubungan Antara Intensi Penggunaan Media Sosial Tiktok Dengan kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Yogyakarta Universitas'Aisyiyah.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. 2020, 10.
- Hanipah. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi & Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk Fashion dalam Perspektif Ekonomi Syariah Universitas Islam NegeriAr-Raniry.
- Haryana, R. D. titisari. (2020). Pengaruh Life Style, self Control dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Melakukan Online Shopping. 16, 29–36. *International Journal of Academic Research inBusiness and Social Sciences*.
- Irianto, P. E. A. (2022). Pengaruh Asal Daerah, Uang Saku, Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi Covid-19 (Studi kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia). Universitas Islam Indonesia FakultasBisnis dan Ekonomika.
- Junawan, H., & laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram danWhatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat VirtualIndonesia. Jurnal Ilmu Perpustakaan & Informasi, 4. K.H. Saifuddin ZuhriPurwokerto.
- Khairinal, Syuhada, S., & Sitinjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022.Juli 2022, 3(2).

- Khoiriyah, R. R. (2021). Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Membeli Produk Online Shop (Perilaku Konsumsi Islami). IAIN Ponorogo
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (13th ed.; A. Maulana & Y. S. Hayati, eds.). Jakarta.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2010). Marketing Management, 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Mahfudhoh. (2021). The impact of peer group on compulsive buying behavior among collegestudents. *Journal of Consumer Sciences. Manajemen*, 500.
- Murti. (2020). The impact of TikTok social media advertising on consumer behavior. *Journal Economic*
- Naga, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Gaya Hidup dengan Kontrol Diri sebagai Mediasi terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jawa Timur [Universitas Hayam Wuruk Perbanas].
- Nurajizah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. 05.
- Nurdiana, I. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Halal Fashion.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0. Bergerak dari Tradisional ke Digital. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.

Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, and Fashion Involvement With Impulse Buying.

International Journal Of Business Economics (IJBE), 2(1).

Yuniarti, N., Ismawati, A., & Aini, A. N. (2020). Pengaruh promosi Onine Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19.