

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya. (2023). Pengaruh terpaan media sosial Tiktok terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z: studi kuantitatif konten #RacunTikTok produk kecantikan.
- Anastasya, Yohana (2024) *Analisis Efektivitas Live Streaming Shopping Attributes Pada Shopee Live Di Dki Jakarta (Studi Kasus Pada Produk Fashion)*. S1 Thesis, Universitas Negeri Jakarta.
- Annur, C. M. (2022). *Jumlah pengguna internet di Indonesia (2018-2022)*. Databoks. Katadata.co.id. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>.
- Anwar, M. R. F., & Leon, F. M. (2022). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior Pada Generasi Z Di DKI Jakarta*. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8(2), 145–162.
- Aprili, A. N., Sadat, A. M., & Rivai, A. P. K. (2023). Studi Eksplorasi Minat Beli Mobil Listrik pada Generasi Milenial. *Journal of Business Application*, 2, 139–158. doi:10.51135/jba
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.(2024). Survei APJII: APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Jumlah penduduk menurut wilayah, klasifikasi generasi, dan jenis kelamin, Indonesia, Tahun 2020*. Diakses dari <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>.
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147-166.
- DataIndonesia.Id. (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- 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 tiktokjavafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.

- Elmertian, D., Sholikhah, & Sari, D. A. P. (2024). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram dengan Pendekatan AIDA Model (Studi Kasus Instagram @Kopikenangan.id). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–77. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>.
- Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan Konsumtif dalam Aktivitas Belanja Online Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 13(3), 7.
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1-14.
- Fauny, M. (2023). *Pengaruh inklusi keuangan, dan gaya hidup terhadap penggunaan fintech pinjaman online pada Gen-Z di Jabodetabek* (S1 thesis, Universitas Negeri Jakarta). Universitas Negeri Jakarta.
- Ferniansyah, A., Nursanti, S., & Nayiroh, L. (2021). *Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z*. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), 4287-4298.
- Firamadhina, F.I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10, 199-208.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439.
- Ginee ERP.(2021). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi CuanMenggelegar!. Retrieved from <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1).
- Ikonen, R. (2024). The impact of TikTok influencers on consumer financial well-being: a study of social comparison.
- Irlianti, M., Razkia, D., & Safitri, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Tik Tok Shop) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Bekerja. *Indonesian Journal of Psychological Studies (IJPS)*, 1(1), 58-68.
- Irwandi, F. G. (2025). Perilaku Pembelian Impulsif Masyarakat Muslim melalui Live streaming Tiktok Shop di DKI Jakarta. *Journal of Islamic Economics and Finance Research*, 1(1), 89-108.

- Kelly, T. P. M. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Konten #Racunintiktok terhadap Keputusan Membeli di Era Pandemi Covid-19*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kurnia, S, N., Mayesti, N. (2019). *Evaluasi Ketergunaan Aplikasi Simpertan Di Pustaka Bogor*. Pustakaloka. Doi:10.21154/pustakaloka.v11i2.1683
- Kurniawati, D., & Judisseno., R. K. (2020). *Pengguna Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020*. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan Mice*, 10(1)
- Kusumandaru, A. D., & Rahmawati, F. P. (2022). *Implementasi Media Sosial Aplikasi Tik Tok sebagai Media Menguatkan Literasi Sastra dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar*. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 4876-4886.
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Mumtaz, Z. S., & Saino. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi dan Trend Glow Up terhadap Minat Beli Produk Kecantikan*. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282-291.
- Munoz, T. B. (2022). *TikTok's influence on Generation Z's Buying Habits and Behavior*. Global Strategic Communications Student Work. Florida International University.
- Ngangom, M. (2020). *How TikTok has impacted Generation Z's buying behaviour and their relationship with brands?* (Doctoral dissertation, Dublin Business School).
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan)*. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Pakaya, S. (2021). *Pengaruh Komunikasi dan Pendelegasian Wewenang terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai*. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 88–100. <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian: Prinsip dan Praktik*. Jakarta: Raih Asa Sukses.

- Puspitaningrum, D. H., & Immanuel, F. T. (2024). Pedagang Digital Kolaborasi Tiktok Shop dan Tokopedia. *Etic (Education and Social Science Journal)*, 1(2), 50-54.
- Ramadhani, D. W., & Shasrini, T. (2023). Fenomena konten# racunshopee dalam platform tiktok pada perilaku konsumtif perempuan kota pekanbaru. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 5(1), 29-36.
- Rasya, Nabilah Afifah (2024) Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Strategi Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Kalangan Gen Z (Studi Pada Digital Out Of Home Advertising: Videotron). S1 thesis, Universitas Negeri Jakarta.
- Safitri, R. D., & Rezza, M. (2025). Membedah Tren Tingginya Angka Pengangguran Terbuka Pada Gen Z Di Indonesia. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(1), 636-649.
- Safitri, Y. (2023). Peran Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Salsabila, M. (2023). *Konten "Racun" pada Media Sosial TikTok sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Saptono, A. (2023). *Pedoman Skripsi – Riset Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Saputri, R. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia*. Universitas Islam Riau.
- Scheffer-Sumampouw, C. S. (2022). KOMUNIKASI PROFESIONAL BAGI GEN Z di Kota Sungailiat-Bangka dan Tangerang-Banten. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1-10.
- Sentana, G. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Penjualan Daring Di Live Streaming (Skripsi), Universitas Negeri Jakarta, Jakarta. Retrieved from <http://repository.unj.ac.id/44832/>
- Setyono, J. S., Yunus, H. S., & Giyarsih, S. R. (2017). Pengelolaan Kota-Kota Kecil di Jawa Tengah: Studi Kasus Pada Empat Kota Kecil di WilayahJoglosemar. *JurnalTataloka*, 19(2), 142-162.
- Stephanie, C. (2021). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap*. Kompas.Com.<https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwinanti, Ma'rufi, Anshori, F. A. (2020). Pengembangan Alat Evaluasi Berbasis Aplikasi Android Pada Pokok Bahasan Sistem Ekskresi Di Smpn 2 Bua. Biogenerasi. Retrieved from <https://ejournal.my.id/biogenerasi/article/view/177>
- Susilawaty, E. A. (2020). Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prosiding 4 Th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 224-229.
- Ubaedilah, N., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Impulsif Pada Pengguna Tiktok Shop. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 46-56.
- Ulvania. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Guru Dan Staf Tata Usaha (Studi Kasus pada MTsN 10 Tanah Datar Kecamatan Sungayang) (Skripsi), STIE Indonesia (STEI) Jakarta, Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/7936/>
- Wibawa, N. I., Basuni, A., & Nur'aeni. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten Video #Racunshopee Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif*. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 4, 1-12.
- Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* Trikinet.Com. <https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>