

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baudrillard, J. (2016). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jamaludin, dkk. (2022). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). “*Utilization of mass communication by the individual*”. Sage Publications
- Kozinets, Robert., V. (2010). *Netnography, Doing Ethnographic Research Online*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2022). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

- Aminah, N. (2020). “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Kembali pada Pengguna E-Commerce di Indonesia*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol.5, No.1
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). “*Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard*”. Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi), 13(2), 147-166.
- Cahyani, A. Y., Natsir, M., & Anam, S. (2023). “*Determinan Permintaan Belanja Online Generasi Y Dan Z Di Kota Kendari*”. Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis, Vol.9, No.1
- Cassandra, C., Sari, R., & Tarigan, R. E. (2016). “*Karakteristik Desain Social Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan*”. Journal of Management and Business Review, Vol.13, No.1
- Goa, L. (2017). “*Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat*”. SAPA: Jurnal Kateketik dan Pastoral, 2(2), 53-67.
- Harahap, D. A. (2018). “*Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus*”. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol.9, No.2

- Hidayah, A. R., Venata, A. F., & Wulandari, B. I. (2022). "*Minat Generasi Z Terhadap Belanja Online Di Dusun Banjarejo Kabupaten Kediri*". In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) (Vol. 1, pp. 23-31).
- Juliana, H. (2023). "*Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi TikTok Shop*". SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, Vol.1, No.6
- Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). "*Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop*". Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera, 9(1), 13-27.
- Kim, K. J., & Ko, E. (2012). "*Do social media promote or hinder perceived learning? An empirical study of multiple social media used in and out of classroom*". Computers & Education, 59(4), 1064-1074.
- Kozinets, R. V. (2012). "*Marketing Netnography: Prom/ot (ulgat) ing a new research method*". Methodological Innovations Online, 7(1), 37-45.
- Lestari, E. P., & Hubeis, A. V. (2018). "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*". Jurnal Bisnis dan Manajemen, 4(1), 42-50.
- Liah, A. N., Maulana, F. S., Aulia, G. N., Syahira, S., Nurhaliza, S., Rozak, R. W. A., & Insani, N. N. (2023). "*Pengaruh media sosial terhadap Degradasi Moral Generasi Z*". Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, Vol.2, No.1
- Nasih, Muhammad, dkk. (2020). "*Influencer dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi*". Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.5, No.2
- Prensky, M. (2001). "*Digital Natives, Digital Immigrants Part I*", On The Horizon, Vol. 9 No. 5, pp. 1-6
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). "*Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM di Indonesia*". Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(17), 497-506.
- Putra, D. A., & Muharam, H. (2019). "*Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online di Indonesia*". Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 3(1), 89-98.
- Sakitri, G. (2021). "*Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!*". In Forum Manajemen. Vol. 35, No. 2, pp. 1-10.

- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). “*Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia*”. Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, Vol.11, No.3, 231–242.
- Sayeti, Arya Bayu, dkk. (2022). “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Aplikasi Online Shop: Kelengkapan, Kenyamanan, Kualitas dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen)*”. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol.3, Issue.4
- Seto, I., & Morissan, M. (2013). “*Menilai Objektivitas Isi Berita Media Televisi Swasta Nasional*”. Jurnal Visi Komunikasi, Vol.12, No.1, 132-147.
- Suhari, Y. (2012). “*E-Commerce: Model Perilaku Konsumen*”. Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi, Vol.2, No.2
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). “*Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME)*”. Jurnal Scriptura, Vol.12 No.1
- Wulandari, N. A., & Rahmawati, A. (2019). “*Pengaruh Iklan Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 69(2), 19-26.

Skripsi

- Rozanah, Herza. (2023). “*Interaksi Pada Content Marketing Video Pendek Viera Oleh-oleh Pekanbaru di TikTok*”. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Media Massa

- Accurate. 2023. “*Era Digital: Pengertian, Kelebihan, dan Dampak dari Era Digital*”.
Diakses dari <https://accurate.id/teknologi/era-digital/>
- Databoks. 2023. “*Tiktok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia pada 2023*”.
Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-pada-2023>
- Databoks. 2024. “*Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Pada Awal 2024*”.
Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

- Databoks. 2024. *“Iklan TikTok di Indonesia Jangkau 126 Juta Audiens, Terbanyak ke-2 Global”*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/06/iklan-tiktok-di-indonesia-jangkau-126-juta-audiens-terbanyak-ke-2-global>
- Databoks. 2024. *“TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunaanya”*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/19/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunaanya>
- Detikedu. 2023. *“Perubahan Sosial Budaya: Pengertian, Faktor Pendorong, dan Contoh”*. Diakses dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6985291/perubahan-sosial-budaya-pengertian-faktor-pendorong-dan-contoh>
- Eraspac. 2023. *“TikTok Shop Kembali, Ini Tanggapan Kementerian dan Publik”*. Diakses dari <https://eraspace.com/artikel/post/tiktok-shop-kembali-ini-tanggapan-kementerian-dan-publik>
- Jabar.antaraneews.com. 2023. *“Rencana kolaborasi GoTo dan TikTok Shop, ini tanggapan Menteri Kominfo”*. Diakses dari <https://jabar.antaraneews.com/berita/481683/rencana-kolaborasi-goto-dan-tiktok-shop-ini-tanggapan-menteri-kominfo?page=all>
- Republika. 2023. *“Mengenal Social Commerce, Istilah Baru yang Muncul dari Kasus TikTok Shop dan Kini Diatur*. Diakses dari <https://www.voaindonesia.com/a/tiktok-shop-resmi-ditutup-akankah-umkm-merugi?>)