

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Ma'ruf. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ade Ayu Oktavian, dkk. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. Retrieved Maret 25, 2023 Jurnal: ikhraith humaniora vol.6 no.1
- Angelina Diana Puspitasari. (2018). Efektifitas pesan iklan endorsment HP Spectre X360 Pada akun Instagram Ilustrator Andika Nugraha Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index dengan Konsep AISAS. Retrieved Maret 15,2023 Skripsi : *program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Cut Indah Zahara.(2022). Pengaruh Instagram sebagai Media Alternatif berbelanja online terhadap perilaku konsumtif followers @olshopbinjai469. Skripsi :*Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Malikussaleh*,
- Dian Siska Tri Agustina. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online* [Universitas Semarang]. <https://respository.usm.ac.id>. Retrieved April 01, 2023.
- Dwi Putri Robiatul Adawiya. (2020) Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Kepercayaan Diri Remaja dikabupaten Sampang. <https://journal.trunojoyo.ac.id>. Retrieved 10 Juli 2023.
- Fitri. Dwi, Satria. Deddy. Dkk. (2023) strategi komunikasi pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_stuff dalam promosi penjualan. <https://Cendekia> : Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora (lps2h.com). Retrieved Februari 01,2024.
- Fitri. Dwi, Fazil. Muhammad. Dkk.(2021). SMARTPHONE SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA FISIP 2018). *Jurnal Jurnalisme*, 10(1), 32-41. Retrieved Februari 03, 2024.
- Fazil, M., Zulham, Z., & Mardhiah, A. (2018). Karakteristik Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Pemerintahan Desa di Kota Lhokweumawe. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), 479-487. Retrieved Februari 05, 2024.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate Dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Retrieved Maret 23, 2023.
- Hadi Ido Prujana, Wahjudianata, Dkk. (2020). Komunikasi Massa. CV. Penerbit Qiara media. <https://repo-dosen.ulm.ac.id>. Retrieved Juli 12, 2023.
- Ismail Suwardi Wekke, Dkk. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Islamy, D. P. (2015). Pengaruh online shop pada media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai: BSD Kota Tangerang Selatan. Retrieved Maret 20,2023. Skripsi: fakultas dakwah dan ilmu komunikasi universitas islam negeri syarif hidayatullah)

- Iqbal Ramadani. (2022) Pengaruh Pengguna Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku kecanduan Media Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. Skripsi : *fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeritas Malikussaleh.*
- Kertajaya, Hermawan & Setiawan. (2014). *WOW Marketing Jakarta*: Penerbit PT.Erangga Pustaka Utami. Retrieved Maret 20,2023.
- Kurniawan Agung Widhi. & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kavita, N. F. (2022). TikTok Shop, Platform Social Commerce Nomor Satu di Indonesia. Retrieved maret 30, 2023, from <https://cxsense.com/id>.
- Laily, Iftitah. Nurul. (2022). Memahami arti konsumtif, indikator, faktor, dan dampaknya. Diakses <https://katadata.co.id>. Retrieved Juli 12, 2023.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Jurnal: *JOM FISIP Vol.4 No.* Retrieved 05 Juli 2023.
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenada Media. <https://opac.perpusnas.go.id>, Retrieved 06 Juli 2023.
- Morissa. (2013). *Teori Komunikasi Individu hingga massa*. Retrieved April 13, Juli 2023. Jakarta: kencana
- Nuryadi, Astuti Tutut Dewi, Dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Octavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word Of Mount dan Minat Beli pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy dan Pempek Vico palembang. Jurnal : *jurusan Ilmu Komunikasi London School of Public Relations Jakarta*. Retrieved 15 Juli 2023.
- Priaz Rizka Fardhani, Dkk. (2013). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimarti Surabaya)*. Character. 1. Vol 2. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya. Retrieved April 10, 2023.
- Rahmayanti, I. (2020). Penggunaan Intensitas menggunakan Aplikasi TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y. www.sindonews.com website :<https://tekno.sindonews.com>. Retrieved April 20, 2023.
- Rizal. (2022). Survei: Kini Masyarakat Paling Doyan Belanja Lewat TikTok Shop. Retrieved April 03, 2023, from <https://infokomputer.grid.id>.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Retrieved April 23,2023.
- Saragih, P. O. (2020). Pengaruh Konten Review Product pada Beauty Vlog “Tasya Farasya” Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. Skripsi: *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.*

Tan, Dkk. (2016). Respon Konsumen pada Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, pemuda dan Olahraga Di Kawasan Wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan dalam e-Proceeding Of Management: Vol.3, No.2 diakses melalui <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>. Retrieved April 10, 2023.