

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. (2023). Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Metro. (*Doctoral Dissertation, Iain Metro*).
- Charla, U., Isyanawulan, G. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir)*. 1410–8364.
- Fatmawatie, N. (2022). E Commerce Dan Perilaku Konsumtif. In *IAIN Kediri Press*.
- Fauziah, L. (2020). Hubungan Antara Intensitas Melihat TikTok dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Universitas Sultan Agung, 2507*(February), 1–9.
- Fitri, D., Fazil, M., & Muhammad Ali, dan. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Bergabung Anggota Komunitas Bisnis Anak Muda*.
- Janah, S. N. (2022). *Dampak Penyalahgunaan Media Sosial Terhadap Moral Anak Di Dusun Bogo Bulu Semen Kediri Jawa Timur*. IAIN Kediri.
- Jenkins, H. (2008). Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide . New York: New York University Press. *Social Science Computer Review, 26*(2), 252–254.
- Kurniawan, A. W. & Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif). In *Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta* (Vol. 01, Issue April).
- Manalu, S. O. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. *Universitas Medan Area*.

- Pandini, D. I. (2023). *Pengaruh Persepsi Uang Saku, Gaya Hidup Dan Intensitas Menonton Konten Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Di Purwokerto*. 1–113.
- Permadani, R. D. P. (2022). Pengaruh intensitaas penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku Narsisme Remaja di MTs NU 1 Purworejo. *Institut Agama Islam Darussalam Banyuwangi*, 5–24.
- Qadir, A., & M. Ramli. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan*, 3(3), 2713–2724.
- Salsabilla, S. S. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Live Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif. (*Bachelor's Thesis, Falkutas Dakwah Dan Komunikasi*).
- Santoso, Imam, A. H. M. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Indigo Media* (Vol. 11, Issue 1).
- Satria, D., & Aisyah, S. (2018). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service PT Telkom terhadap Kepuasan Pelanggan Wifi.Id di Kota Padang. *Jurnal Jurnalisme*, 7(2), 189.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Susanto, D. (2021). Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee. (*Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*), 45–53.
- Syahrani, Y. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Kecenderungan Melakukan Perbandingan Sosial Pada Remaja Di Kota Bogor*. 4(02), 7823–7830.

Tekno Kompas. (2024). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS*.

<https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as>

Wahyudi. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial. In *Bildung* (Vol. 5961, Issue 3).