

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Kuningan. Hidayatul Quran.
- Humaizi, M. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan. USU Press.
- Jokhanan Kristiyono, S. T. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring*. Jakarta Timur. PrenadaMedia Group.
- Laporan Data Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Tahun 2022
- Luik, J. E. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Jakarta Timur. PrenadaMedia Group.
- Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta Timur. PrenadaMedia Group.
- Subando, J. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Semarang. Penerbit Lakeisha.

Jurnal

- Alfirahmi, A. (2019). Fenomena kopi kekinian di era 4.0 ditinjau dari marketing 4.0 dan teori *uses and effect*. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24-32
- Alfreda, V. C. (2022). *Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Semarang (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang)*.
- Al-Hakim, L. (2021). *Perspektif Masyarakat Digital Terhadap Dakwah Online Di Instagram Di Tengah Pandemi Covid-19*.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- Apsari, R. (2022). *Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME) (Doctoral dissertation)*.

- Ayu Oktaviani, A., & Komsiah, & Syaifuddin, S. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(3), 100-107.
- Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: studi kasus TikTok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019, August). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 46-55).
- Fauziah, L. (2021). Hubungan Antara Intensitas Melihat TikTok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Agung).
- Febriani, D., Dyorita, A., Psi, S., Rohmadani, Z. V., & Psi, S. (2021). Hubungan antara Intensi Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Yogyakarta (*Doctoral Dissertation*, Universitas' Aisyiyah Yogyakarta).
- Firdaus, D., Grayxena, S., Qonita, A. Z., Rakhmawati, N. A., & Hidayat, R (2021) Analisis Pengaruh TikTok Terhadap Remaja Di Bawah Umur 18 Tahun Pada Masa Pandemi. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* (Vol. 1, No. 1, pp. 10-20).
- Jannah, M. (2017). Remaja dan Tugas-Tugas Perkembangannya dalam Islam *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 1(1).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Lim, W. M., & Ting, D. H. (2021). E-shopping: An Analysis of The Uses and Gratifications Theory. *Modern Applied Science*, 6(5), 48.
- Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H. (2019). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 9(9),1-8.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128-137.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Pusvitasari, Y. R. (2022). Analisis Penggunaan Fitur TikTok *Shop* pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Salatiga.
- Riyanti, A. M. (2015). Hubungan Antara Minat Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial pada Remaja Awal (*Doctoral Dissertation*, Universitas Airlangga).
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (t.t.). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok *Shop* pada Aplikasi TikTok.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori *Uses and Gratifications*. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen *Online Shop* Di Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada *Online Shop* Smilegoddess Di Media Sosial TikTok). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1).
- Sutisna, I. (2021). Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Artikel*, 1(4610).
- Utami, A. M. V., Lestari, M. T., & Putra, A. (2015). Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru (Studi Etnografi Virtual Penggunaan Line Oleh Digital Natives). *eProceedings of Management*, 2(3).
- Valiant, V. (2019). Pengelolaan Media TikTok sebagai Media Informasi. Fikom UPI YAI.

