

## DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2021). *Ikuti 6 Cara Ini agar Dapat Membuat Konten yang Berkualitas*. <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-konten-berkualitas/>
- Aliya, H. (2021). *Hard Selling dan Soft Selling: Apa Sih, Perbedaannya?* <https://glints.com/id/lowongan/perbedaan-hard-selling-dan-soft-selling/>
- Annur, C. (2023). *Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Databoks, Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Simbiosis rekayasa media.
- Christison, C. (2022). *How to Set Up a TikTok Shop to Sell Your Products*. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/tiktok-shopping/>
- Daldiyono. (2009). *How to be a Real and Successful Student*. Kompas Gramedia.
- Fardhani, P. ., & Izzati, U. . (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja (studi pada siswa kelas IX SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 01(02), 1–7.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–128.
- 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), 193–200. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Ima, P. (2022). *Racun Tiktok?* Geotimes.Id. <https://geotimes.id/opini/racun-tiktok/>
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-6). PT. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Meleong, L. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif komunikasi, Budaya dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Ramadhani, O. (2022). *Bentuk, Contoh, dan Tips Partnership Marketing yang Efektif*.
- Regina, S. (2021). *Bagaimana Membuat Konten TikTok yang Asyik dan Bagus?* Qubisa. <https://www.qubisa.com/microlearning/membuat-konten-tiktok-yang-asyik-dan-bagus>
- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. ALFABETA.
- Sumarwan, U. (2011). *PERILAKU KONSUMEN teori dan penerapannya dalam pemasaran* (R. Sikumbang (ed.); Kedua). Ghalia Indonesia.
- Syabilla, A. N. (2023). *Analisis Dampak E- Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. <https://www.optika.id/gaya-hidup/analisis-dampak-e-commerce-tiktok-shop-terhadap-perilaku-konsumtif-pada-mahasiswa>
- TikTok Shop Umumkan Fitur Baru Shopping Center*. (2022). <https://mediaindonesia.com/teknologi/533978/tiktok-shop-umumkan-fitur-baru-shopping-center#:~:text=Dengan TikTok Shop Shopping Center,semua dalam tab yang sama.>
- Wahidah, N., Herkulana, & Achmadi. (2014). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3(6), 1–12.