

DAFTAR PUSTAKA

- A,Christhy.(2021).*Perancangan Advertising Tools Melalui Media Elektronik Untuk Umkm Legend Computer. In National Conference For Community Service Project. National Conference for Community Service Project (NaCosPro) .Vol. 3.*
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul.(2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Jurnal Ilmu komunikasi. Vol 14.*
- Afrina Dita. dan Achiria,Siti.(2020). *Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol. 2.*
- Aftika, Sonia. Hanif Dan Devi, Yulistia. *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah, Jurnal Manajemen Bisnis Islam, Vol.3,No.1.*
- Almizan. (2016). *Konsumsi Menurut ekonomi islam dan kapitalis. Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, Vol.1.*
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).2021.Buletin Apjii Edisi 84 Tahun 202. hlm . 2 . <https://apjii.or.id> (diakses pada tanggal 6 november 2021 pada pukul 23:16 WIB)
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).2022.Profil Internet Indonesia. hlm . 10 . <https://apjii.or.id> (diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pada pukul 00:19 WIB)
- Arsyad,Azhar.(2015). *Media Pembelajaran.*Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ashoer,Muhammad.(2019).*Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis,Vol. 20.*
- Data Reportal. (2022). Digital 2022:Indonesia.
[Datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia)(Diakses pada tanggal 18 Maret 2022 pada pukul 23:13 WIB).
- F,Agustinah dan Widayati. (2019).*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang, Jurnal Dialektika, Vol.4.*

- Fatmawati, Noor.(2020). *Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*, Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial,Vol. 29.
- Fatoni, Abdurrahman. (2006). *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*.Jakarta: PT. Rinekha Cipta.
- Fawahan,Lian dan Marianingsih,Ita. (2022).*Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok*. Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah. Vol.4.
- Fitri, Nuri A , dan Basri,Hisbullah. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid- 19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 9.
- Fitria, Eva Melita. (2015).*Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda*, Jurnal Lmu Komunikasi, 2015, Vol.1 No.3.
- Futuh, S. A. (1988). *Al-Hurriyah Al-Iqtishadiyah Di Al-Islam*. Kairo: Dar al-Wafa’
- Hanafi, Ahmad. Akhlak Tercela *Israf* Tabdzir dan Bakhil. <http://akhmadhanapi88.blogspot.com/2016/02/akhlak-tercela-israftabdzîr-dan-bakhil.html> , (diakses tanggal 10 oktober 2022 pada pukul 20:00 WIB)
- Harahap, Deddy Ansari dan,Amanah,Dita.(2018). *Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).Vol.9.
- Hardani. Auliya, Nur Hikmatul. Andirani, Helmina.(2020) *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* .Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Huriyyati,Ratih.(2010).*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Irwansyah,Rudy.(2021) *Perilaku Konsumen* . Bandung : Windina Bhakti Persada.
- J. Setiadi,Nugroho.(2010) *Perilaku Konsumen*.Jakarta:Kencana.
- Junawan ,Hendra dan Laugu,Nurdin.(2020).*Eksistensi Media Sosial,Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, Vol. 4.
- [Katadata.Co.Id/Berita/2020/05/06/Lampau-Whatsapp-Unduhan-AplikasiTiktokmelonjak-Jadi-2-Miliar-Kal Diakses Pada 17 November 2021](https://katadata.co.id/Berita/2020/05/06/Lampau-Whatsapp-Unduhan-AplikasiTiktokmelonjak-Jadi-2-Miliar-Kal-Diakses-Pada-17-November-2021)

Kbbi.Web.Id (Diakses Pada 12 Juni 2022, Pukul 16.00 Wib)

Kibtya, Maria Rizma. Mulyawan, Iwan. Dan Kania, Rafiati. (2021) *Pengaruh Video Advertising pada Platform Digital Tik-Tok terhadap Niat Membeli*, IRWNS, vol.12.

Kurniati.(2016).*Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia , Vol.6.

Kusumastuti,Adhi.(2019).*Metode Penelitian Kualitatif*, semarang: lembaga pendidikan sukarno pressindo.

Mandey,Silvya L. (2009) *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6. No. 1, Hlm 93.

Malau,Harman. (2017) *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Ke Era Modernisasi Global*.Bandung : Alfabeta.

Martono,Siswo dan Budiarjo,Hardman. (2021) *Analisis Efektivitas Iklan Lembaga Pendidikan Tinggi Melalui Media Sosial Tiktok dengan Pendekatan Epic Model, Sebatik*. Vol. 25, No. 01,hlm.9.

Mashri, R. Y. (1993). *Ushul Al-Iqtishad Al-Islami*. Beirut: al-Dar al-Samiyah

Moeleong,Lexy J. (2006).*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah,R.(2015) *Media Sosial*.Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasusastro,H. dan Mulyadi.(2012).*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung:Alfabeta.

Nugraha, Jefri Putri.(2021).*Teori Perilaku Konsumen*,Pekalongan: Penerbit Nem.

Nugrahani ,Farida. (2014) .*Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Pendidikan Bahasa*, Surakarta: univetbantara .

Nur Azizah,Fatia dan Sri Indrawati, Endang.(2015). *Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Jurnal Empati, Vol.4.

Purbohastuti, Arum Wahyuni.(2017).*Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*.Jurnal Tirtayasa Ekonomik ,Vol. 12.

Permatasari., dan Trijayanto.(2017). *Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram*. Promedia, Vol.3.

- Purnamasari, Nurjihan Pricilia, dan Puspita Tutiasri, Ririn. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video „Belanja Gak Aturan“ dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*. Jurnal Representamen. Vol 7.
- Qardhawi, Yusuf. (2001). *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Pers.
- Ridwan, dan Bangsawan, Indra. (2021). *Konsep Metodologi Penelitian Bagi Pemula*. Jambi: Anugerah Pratama Press.
- Ridwan. (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Rodríguez, Camila Daniela Vásquez. (2021). *The Tiktok Effect A Case Study On Emotional Marketing Through Social Media*, Swedia: Bachelor's Degree Thesis Linnaeus University Sweden.
- Rumondang Banjarnahor, Astri. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ryan, Damian Dan Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*, Britain And United States: Kogan Page Limited.
- Samuel, Hatane. (2006) *Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Mederen dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya)*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.1, No.2.
- Satria ,Adi dan Arief. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis. Vol.2.
- Saufik, Retianingsih dan Alfiasari. (2012). *Gaya Hidup Dan Kebiasaan Makan Mahasiswa*, Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen, Vol.5.
- Sensor Tower Store Integelligence Digest 2020
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.
- Suharsimi, Arikunto. (1992). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sunyoto,Danang. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*,Yogyakarta : Caps.
- Susilana, Rudi dan Riyana Cepi.(2007). *Media Pembelajaran*.Bandung:Cv Wacana Prima.
- Swastha Dan Handoko.(2000).*Analisis Perilaku Konsumenten Terhadap Produk Tabungan Perbankan*, Solo: Pt. Aksara Solopos.
- Tang, D. (2019). *The New Situation of Marketing in the Self-Media Era-Taking Tik Tok as an Example. 2nd International Workshop on Advances in Social Sciences (IWASS 2019)* The, 1560. <https://doi.org/10.25236/iwass.2019.281>
- Tjiptono,Fadly.(2001). *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Andi.
- Tri Enderwati,Esti dan Ekawarti,Yuni.(2021). *Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors*.Management Development And Appied Research Journal.Vol.4.
- Tunnufus, Zakiyya dan Wulandari,Astri.(2019). *Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-commerce Shopee Di Kabupaten Lebak*, Journal Of Management Studies. Vol. 6,No. 1, Hlm.33.
- W.N.A,Nugraheni,.(2003).*Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta:Skripsi Fakultas Psikologi Ums.
- Wigati,Sri. (2011) *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Maliyah,Vol. 01, No. 01.
- Willy ,Wiryani. (2018). *Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya Barat*. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis.,Vol. 3.
- Wawancara dengan Dea Mandriana pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 10.15 WIB
- Wawancara dengan Esavira Yunitasya pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 09.45 WIB
- Wawancara dengan Fajri Nur Hidayat pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 09.35 WIB
- Wawancara dengan Khoriyah pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 09.55 WIB
- Wawancara dengan Nurhaznah pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 10.55 WIB
- Wawancara dengan Rahmawati pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 10.45 WIB

Wawancara dengan Susila Ayu Meilani pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 10.25
WIB

Wawancara dengan Umrahatul Jannah pada tanggal 4 Agustus 2022 pukul 10.35
WIB

Wawancara dengan Rani Juni Anti pada tanggal 5 Agustus 2022 pukul 11.05 WIB

Wawancara dengan Yunica Adelia pada tanggal 5 Agustus 2022 pukul 10.05 WIB