

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Abidin, Z., & Purbawanto, S. (2020). Pemahaman Siswa Terhadap Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Livewire Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Kelas X Jurusan Audio Video Di Smk Negeri 4 Semarang. *Edu ElektriKa Journal*, 4(1), 38–49.
- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- Agustriyana, N. A. (2017). Fully Human Being Pada Remaja Sebagai Pencapaian Perkembangan Identitas. *JBKI (Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia)*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.26737/jbki.v2i1.244>
- Alsa, A. (2001). Kontroversi Uji Asumsi Dalam Statistik Parametrik. *Buletin Psikologi*, 9(1), 18–22.
- Ansani, & H. Muhammad Samsir. (2022). Teori Pemodelan Bandura. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(7), 3067–3080. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i7.692>
- Aprilia, I., & Abror Djuraid, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Media Promosi @aerostreet. *Journal Communication Specialist*, 2(2), 237–263.
- Apsari, A. P., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Make Over Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2024(4), 29–40. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10499134>
- Arbina, S., Dadan, S., & Mutahir, A. (2024). *SKENA dalam Perspektif Mahasiswa FISIP Unsoed*. 4(4), 1879–1890.
- Aribowo, H. (2023). Jurnal Mirai Management Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di “Tiktok” pada Pedagang dengan Cara Live Shopping. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 219–239.
- Arikunto suharsimi. (2019). Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah di Bidang Pendidikan Matematika. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 1, 50. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/BAB III.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/BAB%20III.pdf)

- Arjuna, B., Mulyadi, B. S., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Ardana, R. A. Z., Hanafi, R., & Khaerani, S. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(1), 117–127. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69. https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5
- Azizah, M., Nurfarida Deliani, & Juliana Batubara. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Anak Usia Sekolah Dasar. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2512–2522. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.536>
- Basit, A., Purwanto, E., Kristian, A., Pratiwi, D. I., Krismira, Mardiana, I., & Saputri, G. W. (2022). Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.3254>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2019). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *PT Rajagrafindo Persada*, 1–239.
- Bergson, H., & Eine, G. (1991). *Mediengeschichten Wiedergelesen*. 245–247.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). Media Sosial Remaja. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Blumler, Jay G, Katz, & Elihu. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume III. Inc., 275 South Beverly Drive.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bruno, L. (2019). Proses Penyelesaian Perceraian Karena Kekerasan Dalam Rumah Tangga (Studi Kasus Di Pengadilan Agama Surakarta). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2011). The use of twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. *European Consortium for Political Research Conference, Reykjavík, 25-27 Aug. 2011*, 1–9. [http://eprints.qut.edu.au/46515/%0Ahttp://snurb.info/files/2011/The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics \(final\).pdf](http://eprints.qut.edu.au/46515/%0Ahttp://snurb.info/files/2011/The%20Use%20of%20Twitter%20Hashtags%20in%20the%20Formation%20of%20Ad%20Hoc%20Publics%20(final).pdf)
- Budiasih, Y. (2018). Struktur Organisasi, Desain Kerja, Budaya Organisasi Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Karyawan Studi Kasus Pada PT. XX Di Jakarta. *Liquidity*, 1(2). <https://doi.org/10.32546/lq.v1i2.139>

- Chamidah, N., Si, S., Si, M., Suliyanto, D., Si, M., Matematika, D., & Sains, F. (2011). *Tujuan dari Skripsi ini adalah menguji heteroskedastisitas pada regresi nonparametrik berdasarkan estimator polinomial lokal dan diterapkan pada data simulasi. Dari hasil penerapan uji heteroskedastisitas pada data simulasi untuk.*
- Chan, T. J., Taher, S. S., Ng, M. L., Husna, A., & Fadzilah, H. (2024). *Perceived Social Media Influencers ' Reputation of a Beauty Cosmetics Company : A Perspective of Customers.* 12(2), 130–139. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i2.6663>
- Characteristics, T. H. E., Of, C., & Influencer, F. (2016). *Influencer marketing –.*
- Cindy Firstiananda Deka, & Alifah Niser. (2023). Perbandingan Strategi Pemasaran Tradisional Dengan Pemasaran Melalui Influencer dalam Mempengaruhi Minat Beli Pada Audiens Muda. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 279–287. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.526>
- Deandra, Q. Z. (2023). Fashion Sebagai Pembentuk Identitas Sosial Para Remaja Citayam Fashion Week Di Dukuh Atas Sudirman. *Skripsi*, 1–132.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal ISTIGHNA*, 1(1), 116–133. <https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20>
- Dupe, S. I. S. (2020). Konsep Diri Remaja Kristen Dalam Menghadapi Perubahan Zaman. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 2(1), 53–69. <https://doi.org/10.37364/jireh.v2i1.26>
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., Elyana Febriyanti, D., Arifin Program Studi, S. D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda Surabaya Correspondence, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran secara Online melalui Tiktok dan Instagram terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty pada Agen Yuyun di Lamongan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 344–352. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/72>
- Fadilah, N., Arifin, I., & Wahyuni, S. (2024). *DIGITAL FASHION DAN IDENTITAS REMAJA : PERAN DUKUNGAN SOSIAL DAN TANTANGAN PERBANDINGAN.* 2, 56–61.
- Febriani, A. (2024). *Pengaruh Beauty Influencer Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal) Skripsi Oleh : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Terhadap .*
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–

- Fish, B. (2020). *PENGARUH TERPAAN BEAUTY VLOGGER, PERSEPSI KUALITAS, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK VIVA COSMETICS. 2507*(February), 1–9.
- Gilbert, Nigel, T. (2005). *No Title*.
- Gillen, J. (2000). Versions of vygotsky. *British Journal of Educational Studies*, 48(2), 183–198. <https://doi.org/10.1111/1467-8527.t01-1-00141>
- Gunawan, N. P., Budi, I., & Iskandar, P. (2020). *Analyzing the Impact of Fashion Influencer on Online Impulsive Buying Behavior. 2020*, 350–363. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6611>
- Hadis Al, S. A. (2023). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Inovasi Pasar Digital Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Di Indonesia. 1996*, 4.
- Hakim, P. N., & Mataram, U. N. (2024). *Widya Sundaram : Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya E - ISSN: 2988-1501 (Online) Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik : Studi Tentang Lagu Viral di TikTok. 02*(01), 75–84.
- Hamidah, S., & Rizal, M. S. (2022). Edukasi Kesehatan Reproduksi dan Perkembangan Remaja di Panti Asuhan Yatim Muhammadiyah Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik Jawa Timur. *Journal of Community Engagement in Health*, 5(2), 237–248. <https://doi.org/10.30994/jceh.v5i2.384>
- Haniah, N. (2013). Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors. *Statistika Pendidikan*, 1, 1–17. <http://statistikapendidikan.com>
- Haryanto, D. P. (2007). Inovasi Pembelajaran. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 16(VIII), 102–119. <https://doi.org/10.21009/pip.162.11>
- Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Heru Firmansyah, & Ahmad Muntaha. (2024). Analisis Framing Pemberitaan di Tutupnya TikTok Shop oleh Pemerintah di Media Kompas dan Republika Tahun 2023. *Jurnal Audiens*, 5(1), 114–126. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.346>
- Instagram, D. I. (2024). *PERSONAL BRANDING RATU CARISSA SEBAGAI FASHION HIJAB INFLUENCER. 6947*.
- Jannah, M., Kambolong, M., Ningtyas, C. P., & Tenggara, S. (2023). *Pengaruh Beauty Influencer Tasya Farasya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik PT . Paragon Technology Innovation (Studi Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis). 8*(2), 431–442.

- Jesselyn, E., & Sari, W. P. (2024). Analisis Regresi User Generated Content terhadap Brand Image Produk Skintific di Aplikasi TikTok Untuk Generasi Z. *Prologia*, 8(1), 184–193. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i1.27604>
- Junaedi, P. K., Rizqi, R., Restu, A., & Bisnis, E. (2024). *Dampak positif dan negatif penggunaan aplikasi tiktok terhadap etika bisnis dalam diri remaja 1. 42*, 454–462.
- Komunikasi, I., Esa, U., Jakarta, U., Kepa, D., Barat, K. J., Khusus, D., & Jakarta, I. (2023). *Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta Okta Widiawanti 1*, Erman Anom 2, Iswadi 3. 2*, 37–46.
- Leuenberger, S. (2010). What Is Global Supervenience ? * Candidate Referents of the Concept. *October*, 170(October), 115–129.
- Liana, L. (2009). Using MRA with SPSS to Test the Effect of Moderating Variables on the Relationship between Independent Variables and Dependent Variables. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 14(2), 90–97. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>
- Lindawati, Y. I. (2019). Fashion dan Gaya Hidup: Representasi Citra Muslimah Cantik, Modis dan Fashionable dalam Iklan Wardah. *Hermeneutika : Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 59. <https://doi.org/10.30870/hermeneutika.v5i2.7387>
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2023). Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswi Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1–15. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>
- Makbul, M. (2021). METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Mardiana, N., & Maryana. (2024). Hubungan Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 6(1), 183–190. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Masda, Suyuti, N., & Asmurti. (2024). *Media sosial tiktok sebagai sumber informasi fashion. 2(2)*, 140–146.
- Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan).

Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 4(2), 86–96.

- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Multidisiplin, J., & Humaniora, S. (2024). *MEDIA SOSIAL BERPENGARUH PADA PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL REMAJA KOTA MEDAN DI ERA. 1*, 84–102.
- Musyarofah, S. (2010). *Pelaksanaan manajemen Kearsipan Dalam Ketatausahaan Di SMP Dua Mei Ciputat*. 1–96.
- Nisfiannoor, M., & Kartika, Y. (2004). Hubungan antara Regulasi Emosi dan Penerimaan Kelompok Teman Sebaya pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 160–178.
- Nugroho, L. S. (2023). Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 20. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.4624>
- Oktariana, R., Endang, A., & Yanto, Y. (2024). Pengalaman Imitasi Budaya Fashion Streetwear Korea Pada Kaum Remaja. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 261–268. <https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6568>
- Parhusip, T. (2024). Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi. *Penerapan Visual Novel Dari Cerita Rakyat Asal Usul Kota Pontianak*, 1(2), 1–5.
- Pengaruh Kredibilitas Dan Trustworthiness Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. (2022). *Performa*, 6(6), 526–535. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i6.2156>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEAENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Prisgunanto, I. (2018). Pemaknaan Arti Informasi Di Era Digital. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 143. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.619>
- Purwanto, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out(Fomo) di Kalangan Siswa Sma Negeri 1 Wajo. *Lamaddu Kelleng*, 3(1), 105–111. <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/precise/article/view/104>
- Putri, L. H. (2021). Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(1), 49–73. <https://doi.org/10.26877/empati.v8i1.7806>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).

<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>

- Qorib, F., Oktarina, R. A., & Ermelinda, J. J. (2023). Penggunaan Busana Sebagai Bentuk Ekspresi dan Identitas Mahasiswa di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 236–251.
- R. Joseph Astrobi. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3, 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Raden Vina Iskandya Putri¹, T. A. R. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA UNIT PELAKSANA TEKNIS DAERAH PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT (UPTD PUSKESMAS) PAGERAGEUNG KABUPATEN TASIKMALAYA. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Rahmawani. (2021). Perkembangan Fisik Dan Kognitif Remaja. *Perkembangan Masa Remaja*, 9–41.
- Rangga. (2017). *BAB II TEORITIS Pencarian Informasi, Landasan A*. 12–33.
- Rasyid, S. A., Cinu, S., Wijaya, N., Sinala, A., Uja, S. K., & Riskan, A. (2024). Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8887–8901. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14152>
- Rogers, P. S., & Fann Thomas, G. (1997). *Focus on Research A column sponsored by the ABC Research Committee*. 105–111.
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63. <https://doi.org/10.24905/jip.4.1.2019.47-63>
- Root, M. (2009). Social Problems. *Value-Free Science?: Ideals and Illusions*, 298–306. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195308969.003.0004>
- Rudini, R. (2017). Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Kuantitatif. *Jurnal SAINTEKOM*, 6(2), 53. <https://doi.org/10.33020/saintekom.v6i2.13>
- Rulli Nasrullah. Loc. Cit . h. 11. (2016). Rulli Nasrullah. Loc. Cit . h. 11. *Media Sosial*, 10–33.
- Salsabila, E. F., Hanggara, G. S., & Dwi, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Sopan Santun Siswa Smk Pgri 2 Kediri. *Seminar Nasional Virtual, Konseling*

Kearifan Nusantara, 32–41.

Santoso, S., Nurhajati, L., & Lester, M. M. (2024). *Pengaruh Video Konten Tutorial Kecantikan Di Tiktok Terhadap Minat Rias Followers @ Focallure . Live*. 7(2), 331–345.

Sapendi, S. (2008). Perkembangan Sosioemosional Anak Usia Dini. In *At-Turats* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.24260/at-turats.v3i1.509>

Sawitri, E., & Astiti, M. S. (2019). *HAMBATAN DAN TANTANGAN PEMBELAJARAN*. 202–213.

Selfianti, A., Galugu, N. S., Zainuri, M. I., Pribadi, I., Selfianti, A., Galugu, N. S., Zainuri, M. I., & Pribadi, I. (2024). *Remaja Fear Of Missing Out : Bagaimana Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Relatedness ? Adolescents Fear Of Missing Out : How Does Influence Of Instagram 's Social Media Use Intensity And Relatedness ? Pendahuluan Perkembangan tekn*. 5(2), 97–112.

SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

Siregar, D. A., & Harahap, N. (2024). Pengaruh Konten Fashion pada Akun Media Sosial Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Pengguna TikTok dan Instagram. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(2), 765–782.

Sitanggang, A. O., Sukmawati, D., Syafrina, A. E., & Raya, B. J. (2024). *KONSTRUKSI KECANTIKAN DALAM GIM*. 9(4), 1028–1045.

Siwi, A., Utami, F., & Baiti, N. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan R*Siwi, A., Utami, F., & Baiti, N. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja*. 18(2), 257–262. *emaja*. 18(2), 257–262. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala%0APengaruh>

Sma, M., Nugraha, R. B., Firmansyah, A., & Jaohari, E. J. (2024). *Kolaborasi Musisi dan Influencer Tiktok Sebagai Strategi Promosi Lagu Kayla Kolaborasi Musisi dan Influencer Tiktok Sebagai Strategi Promosi Lagu Kayla " Masa S MA ." October*. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5301>

Sucipto, M. N., & Derama, T. (2021). E-Wom Terhadap Akun Beauty Vlogger @Kekeshabila Yang Dilakukan Oleh Kalangan Milenial di Kota Samarinda. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 239. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9642>

Sugiyono, M. (2019). *Pengaruh penerapan Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar Siswa kelas IV sd*. 37–49.

Suha Muflihatun Naziih¹, Khresna Bayu Sangka², Dini Octoria³ ¹²³Prodi Pendidikan Ekonomi, FKIP, U. (2021). Pengaruh Influencer Review Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Uns Angkatan 2018-2020. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1), 1–7.

Sundawati, N. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan

Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa. *Universitas Pasundan*, 110(9), 1689–1699.
[http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.BAB%20II.pdf)

- Susanto, D. (2021). Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee. *Https://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/*, 45–53. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25747>
- Tasya Alifia Izzani, Selva Octaria, & Linda Linda. (2024). Perkembangan Masa Remaja. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 3(2), 259–273. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i2.1578>
- Titania, I. P., & Sudradjat, R. H. (2024). *Pengaruh Konten Instagram Dan Kredibilitas Beauty Influencer Nanda Arsyinta Terhadap Gaya Hidup Remaja*. 7(2), 293–301.
- Utama, R. A. (2012). Metodologi Penelitian. *Ketidaknyamanan Dan Komplikasi Yang Sering Terjadi Selama Persalinan Dan Nifas*, 3, 35–58.
- Utari, O. R., Kusumawati, A., & Husodo, B. T. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Merokok Siswa Smp Usia 12-14 Tahun Di Kota Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(2), 298–303. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jkm>
- Utomo, T. P. (2022). Optimalisasi Media Sosial untuk Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 5(1), 99–133. <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/24369>
- Watson, J. B. (2007). Psychology as the behaviorist views it, 1913. *Readings in the History of Psychology*, 457–471. <https://doi.org/10.1037/11304-050>
- Widodo, W. (2024). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMP Negeri 3 Kabanjahe Tahun 2023*. 2.
- Wijaya, N., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Prologia*, 5(2), 267. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10171>
- Zarkasyi, M. I. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Guru Taman Kanak-Kanak. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 290–307. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>
- Zulkarnain, A., Izzah, N., & Irfandi, M. (2023). Persepsi Orangtua Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Anak Usia 6 Hingga 12 Tahun. *Prosiding Seminar Nasional*, 1091–1098.