

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Fajar. "Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z Di Kota Semarang." *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 10.2 (2022): 223-238.
- Afrina, D. (2019). Rasionalitas muslim terhadap perilaku israf dalam konsumsi perspektif ekonomi islam. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 23-38.
- Agustin, N. A. (2023). Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktoshop . *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 137-152.
- Amri, A. (2015). *Ekonomi Dan Keuangan Islam* (Junaidi & Subhan (eds.)).
- Al Ghozali, C. M., & Astuti, S. W. (2023). Pengaruh E-Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Akun Instagram@ aerostreet. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 197-205.
- Angriawan, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Dan Marketplace Shopee Terhadap Perilaku 74 Konsumsi Mahasiswa. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Badan Pusat Statistik Kota Jambi (2022) *Jumlah Generasi Z di Kota Jambi Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*.
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10.
- Budiyati, U. N., & Diwanti, D. P. (2023). Pengaruh Marketing Influencer, Trend Fashion Muslim, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ema*, 8(1), 86-94.
- Buku Ekonomi dan Keuangan Islam Edisi Revisi (2017) Prof. Dr. H. Amri, S.E., M.S.
- Darwinrine Gabryella, D. S. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Live Streaming Tiktok Live Dan Product Knowledge Di Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Gen Z Pada Produk Fashion. *e.journal.undip*, 1-13.
- Data.goodstats(2023). *Negara pengguna Tiktok*
- Data Indonesia (2022). *Kategori Produk E-Commerce Berdasarkan Kategori*

- Darwin, M., Sylvia, M. R. M. S. A. S. Y. N. H. T. D., & Gebang, I. M. D. M. A. B. P. P. V. A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Issue August). (CV. MEDIA SAINS INDONESIA).
- Dewi, D. S., & Murtadlo, K. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Akun Tiktok@ Deliwafa. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 168-180.
- Dewi, R. S. (2023). *Pengaruh Faktor Kemudahan Keamanan Dan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik (E-Money) Pada Aplikasi OVO Dengan Variabel Moderasi Gender (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII)* [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA]. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Dimas Perdana Oskar, R. W. (2022). *E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok*. *Jurnal Ekobistek*, 442-447.
- Efendi, B. G., & Hayani, N. (2024). Live Streaming, Cash on Delivery, dan E-Trust Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pengguna Shopee di Kota Pekanbaru. *JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi*, 2(2), 427-433.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). *Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(April), 1-9.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). *Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme*. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/Share.V10i2.31443>
- Fiki Anreano S. et al. (2024). *Pengaruh Strategi Marketing Aplikasi E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Teknik Industri Uns dengan Pendekatan Psikologi Konsumen*. *Jurnal STIA Bengkulu*, 33-40.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (23rd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghulam. (2023). *Apa itu Konten? (Pengertian Menurut Ahli, Contoh, dan Jenis)*.
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D.

- (2020). *Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co.* *California Management Review*, 63(1), 5–25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). *Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia.* *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23.
- Hardani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif.* CV Pustaka Ilmu.
- Huda. (2021). *Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial.* *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 34.
- Iyer, G., Blut, M., Xiao, S., & Grewal, D. (2019). *Impulse Buying: A Meta- Analytic Review.* *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00670-w>
- Jepriyadi, M. (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Burung Secara Sistem Online Cash On Delivery (Cod) (Studi Kasus Di Group Facebook Kicau Mania Bandar Jaya).* *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253
- Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Money, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pembelanjaan Online.* *Jurnal Equilibrium Nusantara*, 1(1), 8–15.
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing.* England: Pearson Education Limited.
- Kraus. (2022). *Align Your Marketing Efforts with the Drop in Consumer Attention Span.*
- Liu, Z. (2020). *Research on the Current Situation and Future Trend of Web Celebrity E-commerce Live Streaming Industry.* 2020 The 4th International Conference on Business and Information Management, 133–137. New York, NY, USA: ACM. <https://doi.org/10.1145/3418653.3418659>
- Lu, Z., Xia, H., Heo, S., & Wigdor, D. (2018). *You Watch, You Give, and You Engage: A Study of Live Streaming Practices in China.* *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1– 13.
- Malacopo, M. S., & Andriansyah, A. (2022). *Pengaruh Konten Viral Avoskin Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Pengguna Tiktok Di Kota Makassar.* *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1).
- Masse, M. R. (2017). *Internet dan Penggunaannya (Survei di Kalangan*

- Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13–24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210102>
- Marvelyn Christabella, W. P. (2022). *Pengaruh EPIC Model terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Iklan Racun Shopee Pada Aplikasi TikTok)*. *Prologia*, 280-287.
- Marwiyah, Siti Laelatul, M. H. Ainulyaqin, and Sarwo Edy. "Analisis pengaruh perilaku konsumtif dan tingkat pendapatan terhadap online shopping pada e-commerce Shopee dalam perspektif ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9.3 (2023): 4279-4294.
- Mayroza Wiska, F. R. (2022). *Analisis Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (EWom) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya)* *Jurnal Manajemen Dewantara*, 153-162.
- Meylina, P. Z. E. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kot Mataram*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Meylina, (2023)M. *Pentingnya E-Commerce Dan Sistem Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* , 26 (1), 110-122.
- Mileros, M. D., Lakemond, N., & Forchheimer, R. (2018). *Towards a Taxonomy of E-commerce : Characterizing Content Creator-Based Business Models*. *Technology Innovation Management Review*, 9(10), 62–77.
- Pertiwi, P. D. (2020). *Pengaruh Content Marketing, Social Media Marketing, dan Event Marketing terhadap Customer Loyalty dengan Variabel Mediasi Customer Engagement (Studi pada Pengunjung ON OFF Festival 2019)*. Universitas Brawijaya.
- Philip, P. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Intervening pada Pembelian Sneakers Branded oleh Generasi Z di Surabaya*. *Agora*, 7(2).
- Qoriani, H. F. (2020). *Analisa Perilaku Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa*. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 07(02), 512– 531.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya*. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344.
- Ramadhan, M. F., & Askurifai. (2021). *Komunikasi Publik Supporter Bali United melalui Media Live Streaming Youtube pada Konser Tribun Voice*. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 79–83.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.425>
- Rasyid, A. (2019). *Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.
- Ratna Sari Dewi, Supriatna, Muh Muh Nana, and Istiqomah Eka Diyanti. "Analisis perbandingan kurikulum ktsp, k13 dan kurikulum merdeka di sekolah dasar." *Journal on Education* 6.1 (2023): 9163-9172.
- Safitri, M. D. A. (2022). *Strategi Pemasaran Internet Marketing di Platfrom Youtube Menggunakan Kaidah Pt. Piranhas Group. University of Southampton*.
- Safira, A. M., & Novie, M. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying yang Dimediasi oleh Consumer Shopping Motivation (Studi pada Gen Z Pengguna Shopee). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 197-203.
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). *Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Pelajar. Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1).
- Singh, S., Singh, D., ZoranKalinić, & Liébana-Cabanillas, F. (2021). *Assessing Determinants Influencing Continued Use of Live Streaming Services: An Extended Perceived Value Theory of Streaming Addiction. Expert Systems with Applications*, 168. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sofiana, Annisa, and Ratna Listiana Dewanti. "The Influence of Live Streaming, Content Marketing and Ease of Transactions on Purchasing Decisions MSME Culinary Snacks Products." *Proceedings International Conference on Business, Economics & Management*. No. 1. 2023.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *BUKU SUGIYONO KUANTITATIF*.pdf.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumartono, B. G., & Syamsuri, S. (2022). Pengaruh praktik kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha peserta didik. *Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 129-140.
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021, October). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, pp. 632- 639).
- We Are Social 2023. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.*
- Wijaya, A., Wardhana, A., Khudori, A. N., Harto, B., Grace, E., Silitonga, H. P., & Umiyati, H. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Jakarta: Media Sains Indonesia.
- Wiratna V, Surjaweni. "Akuntansi sektor publik." (2015).
- Zhang, Y. (2021). The Impact of TikTok on Modern Culture. *Journal of Social Media Studies*, 5(3), 15-28.