

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adiwijaya, S., Harefa, A. T., Isnaini, S., Mardikawati, B., Laksono, R. D., Saktisyahputra, Purnamasari, R., Ningrum, W. S., Mayasari, Sari, N., & Muslim, F. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adli, Putri, I., Dendi, Nanda, S., Mulyadi, A. I., & Eriyansyah, R. (2023). Smart Village And Media Convergence: Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(1), 215–227. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19932>
- Amartha, M. R., & Anwar, F. (2023). Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 259–270.
- Amrillah, D. (2024). *Consumerism And Materialism Culture: Its Impact On Society And The Environment*.
- Anesti, S., & Diniati, A. (2024). Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @Kampunginggrisbdg dalam Membangun Customer Engagement. *CoverAge Journal of Strategic Communication*, 15(1), 1–16.
- Aziz, H. (2022). Prototipe Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication (IMC). *Journal of Strategic Communication*.
- Butcher, C. (2022). *Understanding Mindful Consumption: A Consumer Perspective*. Victoria University of Wellington.
- Creswell, D. J., & Creswell, J. W. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. SAGE Publications.
- Cristiana, E., & Diniati, A. (2023). Pengelolaan Akun Instagram CEO Telkomsel @hendrisjam. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 247–259. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3098>
- de Koning, J., Lavanga, M., & Spekkink, W. (2024). Exploring The Clothing Overconsumption Of Young Adults: An Experimental Study With Communication Interventions. *Journal of Cleaner Production*, 467, 142970. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2024.142970>
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive Buying In The Digital Age: Investigating The Dynamics Of Sales Promotion, FOMO, And Digital Payment Methods. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>

- Doeana, B. B. (2022). HaKI dalam Bidang Tata Artistik untuk Content Creator Indonesia. *Eminar Nasional Institut Kesenian Jakarta (IKJ)*, 1.
- Drossos, D., Coursaris, C., & Kagiouli, E. (2023). Social Media Marketing Content Strategy: A Comprehensive Framework And Empirically Supported Guidelines For Brand Posts On Facebook Pages. *Wiley Research Artikel*, 23.
- Eka Putri, W. (2023, October 31). "Over-Consumption": Efek "Social-Commerce" yang Terabaikan. Kompas.Com.
- Erwin, R. C., Sari, A., Hita, Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran Digital (Teori Dan Implementasi)*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fachruddin, M. (2023). Analisis Preferensi Penggunaan E-Payment Pada Konsumen Generasi Z Di Kabupaten Fakfak. *Jurnal Informasi, Sains Dan Teknologi*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.55606/isaintek.v6i02.161>
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement Di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung*.
- Febriani, N. (2021). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement di Instagram terhadap Generasi z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2).
- Fitri, O. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Generasi z di Bandar Lampung)* [Doctoral Dissertation]. UIN Raden Intan Lampung.
- Iswadi, M. P., Karnati, N., Ahmad Andry, B., & Adab, P. (2023). *Studi Kasus Desain Dan Metode Robert K. Yin*. Penerbit Adab.
- Kumar, R., Prabha, V., Kumar, V., & Saxena, S. (2024). Mindfulness In Marketing & Consumption: A Review & Research Agenda. *Management Review Quarterly*, 74(2), 977–1001. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00323-x>
- Lesmana, T., & Setiadi, T. D. (2023). Peran Mindfulness Terhadap Konsumsi Mindful Dimediasi Keterlibatan Konsumen Pembelanja Online. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.24036/rapun.v14i2.122218>
- Maulana, D. F., & Voutama, A. (2023). Penggunaan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Sistem Informasi Penyewaan Sepeda. *J-SISKO TECH (Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer TGD)*, 6(2), 452. <https://doi.org/10.53513/jsk.v6i2.8249>
- McKinsey, & Company. (2024, August 28). *What is Gen Z*. McKinsey & Company.

- O'Day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). Social Media Use, Social Anxiety, And Loneliness: A Systematic Review. In *Computers in Human Behavior Reports* (Vol. 3). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>
- Oktapiana, A., & Soelistyowati, D. (2024). Aktivitas Content Creator Travel Mau Kemana Si Dalam Menarik Minat Customer Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Social Science Research*, 4(4), 9406–9418. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14269>
- Purwatiningsih, S. D. (2021). Marketing Digital Campaign dalam Membangun Startup melalui Influencer pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).
- Ruetten, O. (2024, September 5). *Inti Dari Konsumsi Berlebihan: Bagaimana Media Sosial Memicu Materialisme Dengan Cara Tersembunyi*. Dailycardinal.Com.
- Sa'idah, I., Laily, N., Liyana, E., & Aryani, A. (2025). Perilaku Konsumtif Gen Z di Era Digital: Studi Kasus di Kabupaten Pamekasan. *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 4(2), 2025–2107. <https://doi.org/10.36420/dawa>
- Sani, A. W. F. (2022). *Perlindungan Hak Cipta Terhadap Konten Creator Video Tiktok Yang Diunggah Ulang Tanpa Watermark Pada Youtube Shorts*. [Thesis]. Universitas Hasanuddin.
- Sarmini, Rafii, A. I., & El Rizaq, A. D. B. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jejak Pustaka.
- Setyari, N. P. W. (2022). Pencegahan Konsumerisme Sejak Dini Melalui Pendidikan Ekonomi Dasar. *Jurnal Abdi Insani*, 9(4), 1329–1337. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i4.747>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan Internasional)*.
- Tian, P., Zhong, H., Chen, X., Feng, K., Sun, L., Zhang, N., Shao, X., Liu, Y., & Hubacek, K. (2024). Keeping The Global Consumption Within The Planetary Boundaries. *Nature*, 635(8039), 625–630. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-08154-w>
- Totok, H., & Azizah, S. N. (2021). *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).
- Utami, P. D. S. (2021, June 9). *Perkembangan Content Creator di Masa Kini*. Kompasiana.
- Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). 'I See It, I Want It, I Buy It': The Role of Social Media Marketing in Shaping Brand Image and

Gen Z's Intention to Purchase Local Product. *Society*, 10(2), 351–369.
<https://doi.org/10.33019/society.v10i2.463>

Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Solusi*, 21(4), 366–378. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>

Windarto, L. B., Satyawati, I. A., & Naini, A. M. I. (2022). Message Management Directorate General of Immigration on Social Media: @Instagram. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 716, 367–374.
https://doi.org/10.2991/978-2-494069-77-0_50

