DAFTAR PUSTAKA

Ghozali. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Jalaluddin, R. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sociology of Mass Communication. McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. (1972). *The Television Audience: A Revised Perspective*. London: Penguin Books.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Sejarah, Teori, dan Kritik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2022). *Analisis Data Kuantitatif*.

Sarmanu, T. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.

Siregar, S. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Edisi 1). Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Supriyadi, E. (2014). *SPSS + Amos*. Jakarta: IN Media.

Adi Prakoso, A., Nur Asifa, F., Wicaksono, H., & Maulana, A. Y. (2023). Hubungan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital pada pengguna TikTok Generasi Z di DKI Jakarta. *Journal of Documentation and Information Science, 7*(2), 139–146. https://doi.org/10.33505/jodis.v7i2.217

Aini, N. F., Safitri, D., & Sujarwo. (2024). Perilaku konsumtif Gen Z dalam kehadiran TikTok Shop. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 11*(1), 1–15.

Akbari, D. S., & Sujarwo. (2025). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai sumber informasi bagi Gen Z. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 12*(1), 45–62.

Charla, S., & Isyanawulan, F. I. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan fitur TikTok Shop terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara, 4*(2), 112–128.

Hidayat, S., Putri, R., & Sari, A. (2023). Tingkat literasi digital Generasi Z di Indonesia: Studi kuantitatif nasional. *Jurnal Pendidikan dan Literasi Digital, 7*(1), 25–41.

Iskandar, R. (2019). Pengaruh penyampaian informasi pada aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Kreatif, 5*(2), 67–82.

Kurniawan, F. R., dkk. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi informasi di kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Sosial, 10*(2), 89–104.

Kurniawan, F. R., Manik, D. G. I., Amanda, D. D., & Abillah, A. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi skincare Gen Z. *ROE: Research of Economics and Business, 1*(1), 28–42. https://doi.org/10.70895/roe.v1i1.23

Perdana, A. A., Mujianto, H., & Pratiwi, R. M. (2025). Pengaruh popularitas TikTok sebagai media pencarian informasi terhadap penurunan penggunaan Google di Generasi Z. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial, 5*(1), 230–236. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2722

Ramdani, B., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). TikTok dan sumber berita bagi generasi muda. *Jurnal Komunikasi dan Informatika, 4*(1), 22–38.

Ruth, M., & Candraningrum, D. (2020). TikTok as the main source of information for Generation Z. *International Journal of Communication and Media Studies, 5*(3), 134–150.

Sugiarto, R., & Bahri, A. (2014). Perubahan preferensi konsumsi konten digital Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Media dan Literasi, 9*(1), 110–125.

Utari, N. (2018). Generasi Z sebagai digital natives dan implikasinya terhadap perilaku konsumsi informasi. *Jurnal Studi Generasi Muda, 4*(1), 20–35.

We Are Social. (2025). *Digital 2026: Top Digital and Social Media Trends in Indonesia*. Diakses dari: https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/