

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2021). *Konsumsi Fesyen Indonesia Berada di Posisi Dua Dunia*. Bisnisbandung.Com. <https://www.bisnisbandung.com/nasional/pr-3982945735/konsumsi-fesyen-indonesia-berada-di-posisi-dua-dunia>
- Ainiyah, Q. (2017). Social Learning Theory Dan Perilaku Agresif Anak Dalam Keluarga. *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 2(1). <https://doi.org/10.22515/alahkam.v2i1.789>
- Anas, M. (2007). *Pengantar Psikologi Sosial*. Badan Penerbit UNM.
- Astuti, E. dan S. A. (2021). INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/368/238>
- Choirunnisa, A. R. (2017). *Persaingan Media Sosial di Malang (Analisis Teori Niche dalam Mengukur Persaingan Kepuasan Mahasiswa Pengguna Media Sosial Facebook, Twitter, dan Instagram)*. Universitas Brawijaya Malang.
- CNN Indonesia. (2020). *Kisah Kejayaan TikTok di 2020*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020>
- CNN Indonesia. (2022). *Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya*. CNNIndonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>
- DataReportal. (2023). *Digital 2023 : Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Doni, F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 15–23. <https://www.neliti.com/publications/490759/perilaku-penggunaan-media-sosial-pada-kalangan-remaja>
- Dzikrillah, Z. M. (2020). *YOUTUBE BEAUTY VLOGGER DAN PERILAKU IMITASI (Pengaruh Terpaan Tayangan Channel Youtube Beauty Vlogger Indonesia, Kualitas Konten, dan Kredibilitas Influencer Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Channel Beauty Vlog Indonesia)*. [file:///C:/Users/asus/OneDrive/Dokumen/Jurnal Zahra Mutiarra Dzikrillah_2020.pdf](file:///C:/Users/asus/OneDrive/Dokumen/Jurnal%20Zahra%20Mutiarra/Dzikrillah_2020.pdf)
- Evelina, L. W. & H. F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk. *ISKI*, 81.
- Fatika, A. (2023). *9 Item Wajib Biar Dress Kamu Gak Boring ala Bella Clarissa, Chic!* Idntimes. <https://www.idntimes.com/life/women/alya-fatika/item-biar->

dress-gak-boring-ala-bella-clarissa-c1c2

- Fauziah, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi. In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58103>
- 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>
- hasya, raihan. (2022). *Pakaian Jadi Barang Yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia saat Belanja ONline*. GoodStats.Id. <https://goodstats.id/article/pakaian-jadi-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-indonesia-ketika-belanja-online-WIAdP>
- Hayes, C., Stott, K., Lamb, K. J., & Hurst, G. A. (2020). “Making Every Second Count”: Utilizing TikTok and Systems Thinking to Facilitate Scientific Public Engagement and Contextualization of Chemistry at Home. *Journal of Chemical Education*, 97(10), 3858–3866. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00511>
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327–375. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>
- Husaini, H. (2023). *Fashion Influencer Indonesia di Tiktok yang Bisa Kamu Follow*. Cosmopolitan.Co.Id. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/3/2023/31107/fashion-influencer-indonesia-di-tiktok-yang-bisa-kamu-follow>
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 103–121. <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Katadata. (2022). *FYP Adalah Fitur Rekomendasi Video TikTok, Ini Penjelasannya - Teknologi Katadata.co.id*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/agung/digital/628af5c5d30cf/fyp-adalah-fitur-rekomendasi-video-tiktok-ini-penjelasannya>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023 : Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Krisnawati, E. (2016). PERILAKU KONSUMSI MEDIA OLEH KALANGAN REMAJA DALAM PENCARIAN INFORMASI (Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media). *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5.

<https://core.ac.uk/download/pdf/290210001.pdf>

- Kurniawan, R. F., & Sofyan, A. (2018). Hubungan antara Menonton Film “Filosofi Kopi” dengan Perilaku Penonton dalam Mengonsumsi Kopi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 667–674.
- Maharani, C. (2009). *Penggunaan Media dan Kepuasan Khalayak (Studi Tentang Kepuasan Motif dan Penggunaan Media Info Sukowati Terhadap Kepuasan Dalam Membaca Berita Di Media Internal Dalam Rangka Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Karyawan Sekertariat Daerah Kabupaten S [Universitas Sebelas Maret Surakarta]*. file:///C:/Users/asus/Downloads/chr(2).pdf
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>
- Maylitasari, S. (2018). *KEPUASAN PENGGUNAAN APLIKASI GOOGLE APP DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (Studi Uses and Gratification 2.0 Terhadap Pengguna Aplikasi Google App)* [Universitas Brawijaya]. [http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163983/1/Stanie Maylitasari.pdf](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163983/1/Stanie%20Maylitasari.pdf)
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi : individu hingga massa* (cetakan ke). Prenada.
- Nasrullah, R. (2015). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Primasanti, K. B. (2014). Pengaruh Frekuensi Durasi Dan Intensitas Menggunakan Facebook Terhadap Pendidikan Karakter Anak Di Sekolah Pelangi Kristus. *Scriptura*, 04. <https://doi.org/DOI: 10.9744/scriptura.4.2.69-77>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT Elex Komputindo.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Puspitasari, D. (2018). *PENGARUH TERPAAN VIDEO BEAUTY VLOGGER DI YOUTUBE TERHADAP PERILAKU IMITASI MAHASISWI DALAM MERIAS WAJAH (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)*.
- Putri, D. E. (2016). ANALISIS PERILAKU MIMETIK DI KALANGAN SISWI SMA NEGERI 1 MAKASSAR TERHADAP TREN FASHIONISTA INSTAGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 349–367.

- Rakhmat, J. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ridwan, P. P. (2022). *Serba Serbi Perkembangan TikTok*. GoodStats.Id.
<https://goodstats.id/article/serba-serbi-perkembangan-tiktok-Uy4n7>
- Santoso, E., & Setiansah, M. (2010). *Teori Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Sari, I. N. (2023). *Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia*. Katadata.
<https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Starngage.com. (2023). *Top Fashion Tiktok Influencers in Indonesia in 2023*.
<https://starngage.com/app/in/influencer/ranking/tiktok/indonesia/fashion>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); kedua). Alfabeta.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Utami, E. (2014). *“Dress for Success” dari Merry Riana*. Suara.Com.
<https://www.suara.com/lifestyle/2014/04/21/204607/dress-for-success-dari-merry-riana>
- Westenberg, W. (2016). *The influence of Youtubers on teenagers*. University of Twente.