

DAFTAR PUSTAKA

- Andiana, A., Soemarsono, W., Vernanda, H., Roselawati, L., & Safitri, A. C. (2024). Budaya Konsumerisme Pekerja Kafe di Wilayah Jember Kota. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2).
- Andrea, B., Gabriella, H., & Timea, J. (2016). *Y and Z Generations At Workplaces*.
- Badaoui, K., Lebrun, A., Su, C., & Bouchet, P. (2018). The influence of personal and social identity on the clothing consumption of adolescents. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 35(1), 65–78. <https://doi.org/10.1002/cjas.1397>
- Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya . *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1).
- Bakti, S., Nirzalin, & Alwi. (2019). *KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD*. www.kbbi.web.id
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. . SAGE Publications.
- Bergh, J., & Behrer, M. (2013). *How Cool Brands Stay Hot Branding To Generation Y (Second)*. Kogan Page Limited.
- Chen, Q. (2022). *A review and reflection on the development of Baudrillard's sign value theory*.
- Creswell, J. (2019). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. YOGYAKARTA : PUSTAKA PELAJAR.
- Dewi, K. (2023). *Teori Sosiologi Modern (1st ed.)*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Duta, C. B. L., & Zahid, A. (2023). Standarisasi Brand Pakaian dalam Pertemanan (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi Agama Tahun 2019). *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 181–202. <https://doi.org/10.22437/titian.v7i1.26084>
- Farhani, A., & Kurniadi, O. (2022). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3803>
- Gigauri, Z. (2024). *Marketing and Social Influence of Fashion of Purchase Behavior of Consumers*. www.revecon.ro
- Indrawati, P. (2022). Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Fashion Muslim pada Marketplace di Indonesia. *Iqtisad:Reconstructionofjusticeandwelfareforindonesia*, 9(2), 165–187.
- Jenkins, R. (2014). *Social Identity (fourth edition)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315887104>
- Jones, P., Bradbury, L., & Boutilier, S. (2016). *Introducing SocialTheory, Second Edition*. Polity Press.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-Ology An Introduction to Fashion Studies (Second Edition)*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed., Vol. 1)*. Erlangga.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Nurwahyuni, W., & Yuniasanti, R. (2023). *Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z*.
- Pratiwi, N., Fitriah Bohari, N., Novyanti, N., & Awaliah, A. (2021). RELEVANSI WAKTU SENGGANG TERHADAP KONSUMSI BERLEBIH DI ERA POSTMODERN. *Adz Dzahab Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

- Putri, R., Fitriani, E., & Sartika, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>
- Raho, B. (2021). *TEORI SOSIOLOGI MODERN (Edisi Revisi)*. Penerbit Ledalero. www.ledalero-publisher.com
- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia . *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* , 2(1).
- Ritzer, G., & Goodman, D. (2011). *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Kreasi Wacana.
- Riyanti, A., Rakhman, C. U., Sari, J., Prastiyo, B., Islam, N., Subandi, Y., Rini, A., Saputri, M., Hasan, A., Rais, N., Rahmawati, K., & Rinaldi, A. (2023). *ENSIKLOPEDI TEORI-TEORI SOSIAL (KLASIK SAMPAI POSTMODERN)*. Widina Media Utama. www.freepik.com
- Roland Barthes. (2013). *The Language of Fashion*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Rumdana, A., Septia, N., & Fitriyah, N. (2023). Tren Citayam Fashion Week dan Harajuku Street sebagai identitas sosial remaja. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 204. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.47065>
- Sabina Tohir, A., & Nugroho, A. (2018). Consumer Brand Loyalty of Fast Fashion Brands of Young Consumers in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. <https://doi.org/10.2991/icobest-18.2018.97>
- Sahrub, S. (2020). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 14(2), 103. <https://doi.org/10.20473/jsd.v14i2.2019.103-110>
- Sakti, B., & Yulianto, M. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Undip Electronic Journal System (UEJS)*, 6(4).
- Salem, S., & Salem, S. (2018). SELF-IDENTITY AND SOCIAL IDENTITY AS DRIVERS OF CONSUMERS' PURCHASE INTENTION TOWARDS LUXURY FASHION GOODS AND WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PRICE. *Asian Academy of Management Journal*, 23(2), 161–184. <https://doi.org/10.21315/aamj2018.23.2.8>
- Salli, F., & Sihombing, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dari Biaya, Identifikasi Merk, Kepercayaan Merk, Keselarasan Gaya Hidup, Terhadap Loyalitas Merk Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Pengguna H&M). *"Sustainability in Action: Transformative Strategies in Management and Accounting."*
- Santoso, E. (2015). *Raising Children In Digital Era*. PT. Elex Media Komputindo.
- Soekanto, S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar* (edisi revisi). Raja Grafindo Persada.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja* (Indonesian). Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Surapto, D. (2020). The Impact of Brand Trust, Brand Loyalty, Brand Image on Service Quality. *Proceedings of the 2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST 2019)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.033>
- Tajfel, H. (2010). *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge University Press.
- Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyanti, R. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, VIII.
- Umberto Eco. (1986). *Travels in Hyperreality* (1st ed.). Harcourt Brace Jovanovich.

Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. CV.PENAPERSADA.

Yasmin, P., & Ivanna, J. (2023). *Analisis Minat Generasi Z dalam Menggunakan Batik sebagai Tren Fashion*.
<https://ummaspul.e-journal.id/Sublim>