

Daftar Pustaka

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2), 70–83.
- Abimanyu, V. R. A. (2025). Fenomena *Fear Of Missing Out* dalam Konsumsi Fashion di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Angkatan 2021 Ditinjau dari Segi Masalah. Universitas Islam Indonesia.
- Alhusna, F. N., & Masruroh, S. (2021). Model perilaku pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi: Kajian literatur. *IJAL (Indonesian Journal of Academic Librarianship)*, 5(1), 19–28. <https://journals.apptisjatim.org/index.php/ijal/article/view/100>
- Alvanico, D. (2022). Gaya Hidup Konsumsi Fashion Santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. *Paradigma*, 11(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/49486>
- Anggraeni, I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh konten dan kualitas informasi akun instagram @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.21009/COMM.1102.05>
- Apriani, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06), 2403–2417. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1029>
- Ardiawan, K. N., Sari, M. E., Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Hasda, S. (2022). Penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Arif, R., & Erlianti, G. (2025). Perilaku Pencarian Informasi Dalam Penyusunan Skripsi Menggunakan Akun Tiktok @Wifau Oleh Mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Ilmu Informasi Angkatan 2021 Universitas Negeri Padang. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 230–239. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i03.31454>
- Arikunto, S., 2017. Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asharudin, R. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 24, 905–921.
- Astuti, S., Ramli, M., & Kirana, R. C. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Pembelian Produk Fashion. *Digital Business Insights Journal*, 1(1), 58–67. <https://doi.org/10.32520>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan press.
- Bates, M. J. (1989). The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. *Online Review*, 13(5), 407–424. <https://doi.org/10.1108/eb024320>

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Chairani, I. A., & Pratama, B. A. (2026). Mengintegrasikan kegiatan literasi dengan keterampilan berbicara siswa SDN 2 Tanjungsari Kabupaten Tulungagung. *Librarium: Library and Information Science Journal*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.53088/librarium.v3i1.2713>
- Chin. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In *Modern Methods for Business Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Debord, G. (1994). *The society of the spectacle* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Zone Books.
- Dervin, B. (1992). *From the mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology*. In J. D. Glazier & R. R. Powell (Eds.), *Qualitative Research in Information Management* (pp. 61–84). Libraries Unlimited.
- Ellis, D., Cox, D., & Hall, K. (1993). A comparison of the information seeking patterns of researchers in the physical and social sciences. *Journal of Documentation*, 49(4), 356–369. <https://doi.org/10.1108/eb026919>
- Erlangga, H., Setiawati, T., Riadi, F., Hindarsah, I., & Riani, D. (2024). Consumer behavior in the digital age: A qualitative analysis of online shopping patterns in Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 21(2), 424–432. <https://doi.org/10.31334/bijak.v21i2.4334>
- Erlianti, G. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Z Berperspektif Ellisian. *AL Maktabah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i1.3135>
- Fadhillah, N. R., & Ediyono, S. (2023). Perilaku Konsumtif Oleh Masyarakat Konsumsi Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard [Studi Kasus: Tiktok Shop]. *Marketgram Journal*, 1(1), 39–43. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj/article/view/32>
- Fajriati, D., & Nelisa, M. (2024). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang Dalam Menggunakan Google Scholar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 27303–27315. <http://jptam.org/index.php/jptam/article/view/17656>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Firdausan, A., & Suhaety, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Melalui Facebook. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(3), 326–343. <https://doi.org/10.56910/jvm.v11i3.837>
- Fitri, R., Kusumaningrum, D. D., & Irfany, M. I. (2025). The Determinants of Fast Fashion Consumption Among Generation-Z Muslim Consumers in Indonesia. *Ekonomi Islam Indonesia*, 7(2). <https://doi.org/10.58968/eii.v7i2.653>
- Fred, B. L., & Agus, B. S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *B. K, Ed.)(Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>

- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650. <https://doi.org/10.1086/266350>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Sage.
- Magdalena, M. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli. 976–986. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4078>
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami populasi dan sampel: Pilar utama dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992>
- Muthi'ah, S. (2020). *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Depok*. Fakultas Adab dan Humaniora.
- Nasution, S. A., Sugianto, S., & Nasution, J. (2024). Perilaku Konsumsi Fashion Muslim di Era Digital Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2854–2863. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15393>
- Nur Wahyudin, F. Z., Mudawamah, N. S., & Puspitadewi, G. C. (2022). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Politeknik Negeri Malang Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode David Ellis. *LibTech: Library and Information Science Journal*, 3(1), 12–21. <https://doi.org/10.18860/libtech.v2i2.16502>
- Nurfadillah, M. A. (2021). Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 21–39. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.162.21-39>
- Paulus Jr, L. and Pradana, B. I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. 3 (3), 610-624. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.05>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Pirolli, P., & Card, S. (1999). Information foraging. *Psychological Review*, 106(4), 643–675. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.106.4.643>
- Prakosa, I., & Handoyo, P. (2023). Gaya Hidup Konsumsi Fashion Mahasiswa Rantau Bangkinang di Kota Surabaya. *Paradigma*, 12(1), 190–200. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/55808>

- Purnama, R. (2021). Model perilaku pencarian informasi (analisis teori perilaku pencarian informasi menurut David Ellis). *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.18592/pk.v9i1.5158>
- Puspitasari, Y. D. (2020). Information Searching Behaviour About Fashion in Shopaholic Students in Surabaya. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.20473/pjil.v11i1.21887>
- Ramadhani, N. P., Maduwinarti, A., & Pudjianto, A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion My Style Di Royal Plaza Surabaya. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 5(02), 54–63. <https://doi.org/10.69957/grjb.v5i02.2126>
- Salsabila, A. F. O., & Syahri, M. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa pada Era New Normal. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(4), 725–744. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.4.725-744>
- Siregar, W., & Christiani, L. (2021). Dampak Intellectual Capital Terhadap Kinerja Pustakawan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(1), 141–149. <https://doi.org/10.14710/anuva.5.1.141-149>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian kuantitatif. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2023). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Veblen, T. (1899). The theory of the leisure class: An economic study of institutions. Macmillan.
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55. <https://doi.org/10.28945/576>
- Yanti, S., Saprida, S., & Satria, C. (2024). Pengaruh trend fashion dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee (Studi kasus pada mahasiswi STEBIS IGM Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 4(1), 27–34. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v4i1.358>
- Yoanita, E., Kusumaningtyas, D., & Kurniawan, R. (2025). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fashion Clarissa Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4, 977–985. <https://doi.org/10.29407/3wydmt38>
- Yuliani, W., & Banjarnahor, N. (2021). Metode penelitian pengembangan (rnd) dalam bimbingan dan konseling. *QUANTA: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 5(3), 111–118. <https://doi.org/10.22460/q.v5i3p111-118.3051>
- Zahrani, A. M. (2025). The impact of marketing strategies on the success of the fast fashion industry: A systematic review. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 1–15. <https://doi.org/10.1234/jumder.v1i3.25>