

DAFTAR PUSTAKA

- Afshar, M. F. (2024). Half of Gen Z have "Financial strain" from keeping up with fashion trends. Newsweek. <https://www.newsweek.com/gen-z-worried-fashion-health-education-work-1965752>
- Alia, Anggraeni (2024) HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN SKINCARE DI MARKETPLACE PADA REMAJA. Diploma thesis, UIN Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/33432>
- Amana, N., & Resmisari, G. (2024). PENERAPAN SUSTAINABLE FASHION SEBAGAI SOLUSI DARI FAST FASHION WASTE MELALUI MEDIA BUKU INTERAKTIF. ITENAS. <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/2992>
- Amelia, Jessica. (2024). Perancangan Website Kampanye Sosial Pola Hidup Sehat untuk Penderita Diabetes Melitus. Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32295>
- Arum, D. S., Buntaro, M. F., Waluya, M. B., Fadhila, A., & Mulyantini, S. (2023). Perancangan User Experience Aplikasi Manajemen Keuangan Rukun Tetangga menggunakan Metode Human-Centered Design. Studi Kasus: Perumahan River Village Blok E2 Kota Malang. J-PTIHK UB. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/11203>
- Arum, D. S., Buntaro, M. F., Waluya, M. B., Fadhila, A., & Mulyantini, S. (2024). Membangun Generasi Z yang Melek Keuangan: Kampanye untuk Menghindari Bias Perilaku. Journal of Human and Education (Volume 4, No. 3). <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/974>
- Balqies, A. K., & Jupriani, J. (2023). Campaign 'Thrifting' sebagai Solusi Limbah Fashion. Ejournal UNP. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/117314>
- CakeResume | What cake r u?. <https://oopenlab.cc/quiz/1h1mUljU76IXkC5WVCde>
- Dewi, S., & Muchtar, A. (2023). Financial literacy, educational background, and materialistic among Gen Z in Indonesia. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB), 11(01), 89–103. <https://doi.org/10.21009/jpeb.011.1.8>
- Dihni, V. A. (2022, Maret 15). 10 Merek fesyen favorit Masyarakat Indonesia, Siapa Juaraanya? Databoks. Diakses April 15, 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/7c2426d231c0c6d/10->

[merek-fesyen-favorit-masyarakat-indonesia-siapa-juaranya](#)

- Fadiah, S. N., & Satriadi, S. (2024). PERAN WARNA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL LOGO. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 3(2). <https://ojs.unm.ac.id/paratiwi/article/view/62470>
- Fan, L., & Sujarittanonta, L. (2024). THE SECRETS OF FAST FASHION FINALLY REVEALED. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 6(8), 183–190. <https://doi.org/10.37547/tajir/nicspeep-2024-01-17>
- Farhani, A. P., & 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>
- HUTOMO, FELICIA RIHERNI PRATAMA (2023) PERANCANGAN KAMPANYE KESEHATAN COMPUTER VISION SYNDROME MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK PEKERJA. Other thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/33222>
- Hapsari, N. E. (2020). Proses kreatif Desain grafis halaman muka Harian Republika. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i1.27288>
- MU'AWIYAH, S., & Jurana. (2024). FINANCIAL BEHAVIOR PATTERNS OF GENERATION Z: NETNOGRAPHIC ANALYSIS OF THE FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PHENOMENON (Vol. 5). KSI. https://www.researchgate.net/publication/387191998_Financial_Behavior_Patterns_Of_Generation_Z_Netnographic_Analysis_of_the_Fear_of_Missing_Out_FoMO_Phenomenon
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Jurnal Visual Ideas*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Nugraha, B. (2022, November 18). Tinkerlust Merilis Impact Report 2022 Unlocking Fashion Sustainability dan Circular Economy Untuk Konsumsi. *Suara Merdeka*. Diakses April 15, 2025, dari <https://jakarta.suaramerdeka.com/gaya-hidup/pr-1345707208/tinkerlust-merilis-impact-report-2022-unlocking-fashion-sustainability-dan-circular-economy-untuk-konsumsi>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>

- Purwanto, D., Fauzan, R., Afifah, N., & Juniwati, J. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing dan cross cultural marketing Terhadap Impulsif buying di kalangan gen z pada segmen fast fashion dengan tingkat hedonisme Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 60–74. <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i1.4943>
- PwC. (2019). Unraveling the fabric ceiling: Tracking Female Leadership in the Apparel Industry. <https://www.tinkperlust.com/impact-report/fashion-impact-report.pdf>
- Rahayu, I. H. S. (2022). Analisis Usability website sekolah menengah atas. *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau*, 4(2), 86–93. <https://doi.org/10.52303/jb.v4i2.81>
- Rainer, P. (2023, Agustus 29). Sensus BPS: Saat ini Indonesia didominasi oleh Gen Z. GoodStats Data. https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv#google_vignette
- Rajagukguk, R., & Susanti, E. (2024). Peranan Sosial Media dalam Mengedukasi Generasi Muda Mengenai Literasi Keuangan untuk Membangun Kebiasaan Menabung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 10(2), 415-424. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717>
- Risi, A., & Zulkifli, Z. (2022). Kajian Semiotika Ilustrasi digital karya Agung Budi Santoso (Pendekatan Semiotika Roland Barthes). *MAVIS Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(02), 47–55. <https://doi.org/10.32664/mavis.v4i02.739>
- Sandani, M. (2024, October 28). ZALORA Fashion Swap Party Yang Menginspirasi Hidup Berkelanjutan. Zalora. Diakses April 14, 2025, dari <https://www.zalora.co.id/blog/fashion/zalora-fashion-swap-party-yang-menginspirasi-hidup-berkelanjutan/>
- Sekarkinasih, J. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KECEMASAN KEUANGAN PADA REMAJA KOTA SURABAYA. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*, 9, 2. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/12884>
- Setyowati, D. (2022, January 13). Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana. Katadata. Diakses April 15, 2025, dari <https://katadata.co.id/digital/fintech/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>
- Sugiarti, U. (2025, Maret 25). Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial. GoodStats. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z->

Susanto, D. (2021). MODEL AISAS UNTUK MEMETAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS KONTEN TIKTOK #RACUNSHOPEE. S1 thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA. <http://e-journal.uaaj.ac.id/id/eprint/25747>

Syahputri, N. a. D., Harahap, N. I., & Harahap, N. M. I. (2023). Analisa pola perilaku konsumsi generasi milenial terhadap produk fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi kasus Mahasiswi Se-Kota Medan). Syarikat Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 6(2), 258–270. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).14138](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).14138)

Ulmasrurah, D. A. (2020). Manajemen sumber daya manusia pada organisasi bisnis. ASSET Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i2.3031>

