

DAFTAR PUSTAKA

- Amos, V., & Kadang, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Escete terhadap Kepuasan Anggota Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar*. 2(2), 43–53.
- Annur, C. m. (2023). databoks.katadata e-commerce penyumbang sektor ekonomi digital terbesar di indonesia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/06/e-commerce-sektor-penyumbang-ekonomi-digital-terbesar-indonesia-pada-2023>. 15 maret 2024 (02.33)
- Aqmarina, N. S., Canta, D. S., Wahyuni, N., Setyaningsih, E., Hermawansyah, A., & Sudarman, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Website Kejaksan Negeri Penajam Paser Utara Menggunakan Metode Webqual. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(6), 2183. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i6.5379>
- Ardini, R. L., Chaniago, H., & Sayuti, M. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nanostore di Kota Cimahi*. 9(2), 88–97.
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Muslim sebagai Pemediasi. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 079. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Banusetyo, :, Sapta Putra, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Website Quality, Information Quality, and Buyer Trust on Purchase Decisions in an Online Shop (Shopee) in Jakarta. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). Diakses dari <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>. 23 Februari 2024 (23.45)
- Bertus, A., Elvi, F., & Sabela, F. N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Untuk Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswa Institut Teknologi Keling Kumang Sekadau). *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(2), 351. Diakses dari <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>. 10 Maret 2024 (00.23)
- Bloomethal, andrew. (2023). Investopedia e-commerce defined. In *Investopedia*. (2023). *E-commerce Defined: Types, History, and Examples*. Diakses dari <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>. 20 april 2024 (01.23).

- Budiyarti, N., & Astuti, M. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Di Sentra. *Industri Tempe Semanan Jakarta Barat*, 8(1).
- Charla, U., Isyanawulan, G., Intensitas, P., Fitur, P., Shop, T., Konsumtif Pada Generasi, P., Di, S., Batu, D., Baru, A., Ogan, K., & Ilir, K. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir)*. 1410–8364.
- Dahlan, A. D., Dermawan, R., & Zawawi, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli pada E-Commerce Tokopedia di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2803–2811. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4234>
- Dewi, L., Wijayanti, U., & Rizkyta, A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Masyarakat Secara Online pada Masker Wajah Organik di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 12(2), 2685–3809. <https://doi.org/10.24843/JAA.2023.v12.i02.p27>
- Evyanto, W; Surbakti, R. . (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli pada situs belanja online Shopee di Batam*. 5(2), 1–14. Diakses dari <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>. 25 Maret 2024 (23.18)
- Fai. (2023). ekonomi digital indonesia. Diakses dari <https://umsu.ac.id/berita/ekonomi-digital-indonesia/>. 12 April 1014 (00.21)
- Fatmawati, D., Mardani, M., & Arsyianto, T. (2024). pengaruh foto produk, online customer review dan online customer rating terhadap minat beli di E-commerce Tiktok Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12. N.
- Ghozali. (2019). *structural Equation Modelong (SEM)*.
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., & Sitorus, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(2), 87–95. Diakses dari <https://www.politeknikmbp.ac.id/karya-ilmiah/dosen/category/60-volume-4-no-2-juli-2020.html?download=543:hamonangan-justinus-gultom1-erna-susilawaty-sebayang2-siska-sitorus3>. 18 april 2024 (01.20)
- Hafizhoh, R., Gunanungrat, R., & Akhmad, A. (2023). Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>.
- Hair, J. F., William, C. B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Overview of Multivariate Methods*.

- Hasanah, R. L., & Djamal, F. (2024). Pengaruh Kualitas Aplikasi DIGI by Bank BJB Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 8(1), 127. <https://doi.org/10.26798/jiko.v8i1.976>
- Hestina Wati, N., Welsa, H., Diansepti Maharani, B., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2024). *Analisis Persepsi Manfaat dan Harga terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Konsumen Tiktok Shop di Yogyakarta*. 5(4), 2024.
- Indarwati, T. A., Dhenabayu, R., Pradana, R. M., Erta, & Dewi, H. S. C. P. (2023). Perceived Ease of Use on Purchasing Decisions in E-Commerce (a case study of TikTok social media). *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 2(1), 24–35.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Khaddapi, M., Burhanuddin, B., Sapar, S., Salju, S., & Risal, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Melalui Loyalitas Terhadap Minat Membeli Kembali di Jinan Pet Care and Veterinary Palopo. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 951–961. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.951>
- Kotler, A. (2018). Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Kelller, K. L. (2016). Kotler, Philip dan Kevin Lane Kelller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indelks.
- Lubis, M. F. I., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 872–882.
- Maharani, S., Made Bayu Dirgantara, I., & Diponegoro, U. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia)*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9854>
- Munfarida, I., Rizkyani, N., Gunaningrat, R., Ki, J., Sarkoro, M., 20, N., Banjarsari, K., Surakarta, K., & Tengah, J. (2024). Pengaruh Iklan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 48–55. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i1.800>
- Nasution, E. Y., Indria, T., & Febriaty, H. (2022). Dampak Social Commerce Pada Perilaku Impulse Buying Generasi Z. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu*

- Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 22(2), 214–221.
<https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v22i2.12122>
- Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.735>
- Nindiyasari, R., & Supriyati, E. (2020). Perancangan Aplikasi Social Commerce Berdasarkan Metode Uji Kualitas Webqual 4.0. *SNATIF*, 281–289.
- Patricia, I. (2023). *Pengaturan Penjualan Barang Secara Langsung oleh Produsen Melalui Social Commerce Dalam Upaya Perlindungan Usaha Kecil*. Diakses dari <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/shnbc>. 17 Februari 2024 (23.15)
- Primananda, M., Nashiruddin, A., Abiyu Nawwar, N., Setiawan, H., & Tri Romadloni, N. et al. (2024). Penggunaan Metode Webqual 4.0 Dalam Mengukur Kualitas Website Radar Solo Jawapos. *Science Journal*, 22(1).
- Priscilla, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. (2021). *Pengaruh Kualitas dan Pelayanan Desain Website Kualitas Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Kalangan Shopee Pelanggan di Jakarta , dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai a Variabel Mediasi*. 174(Icebm 2020), 38–44.
- Putra, Y. D., Deviana, R., Talalahi, W., & Yumte, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Tampilan Website dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Traveloka)* (Vol. 17, Issue 1).
- Rahmawati, H., & Driyan Pradana, W. (2024). Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik: Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Celebrity Endorsment di DIY. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 366–380. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Ringle;, Christian, M., Wende;, Sven;, Becker;, & Jan-Michael. (2024). SmartPLS. In Ringle, Christian M., Wende, Sven, & Becker, Jan-Michael. (2024). *SmartPLS 4. Bönningstedt: SmartPLS*. Diakses dari <https://www.smartpls.com>. 15 Februari 2024 (00.38)
- Riyanto, A. . (2023). data pengguna tiktok 2023 di indonesia. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/04/27/setelah-e-commerce-muncul-social-commerce>. 23 Februari 2024 (01.35)
- Rizki Amalia, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lipstik Maybelline (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammaadiyah Palu). *Jurnal Kolaboratif SAINS*, 7. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i1.4921>

- Rogers, M., Siregar, G. T. P., & Siregar, S. A. (2020). Existence of Pancasila as a state fundamental norm of the nation and state of Indonesia in facing economic globalization challenges. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 589–595. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201067>
- Salsabela, I. R., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada Di Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 329–341. Diakses dari <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/663>. 06 Maret 2024 (23.19)
- Santi, E. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'Licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 2(1), 47–56. Diakses dari <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>. 15 Maret 2024 (02.19)
- Sartika, D. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4(UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi), 51–70.
- Sri, C., Ratih, H., & Sudradjat, H. (2022). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 415–426. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2785>
- Sugiyono. (2018). *Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2019). *Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd (ed.)). CV Alfabeta.*
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 3456–3466. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>
- Supartono. (2022). *Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19 Supartono.* Diakses dari <https://thidiweb.com/20.12.2015>. 11 Maret 2024 (22.45)
- Syifa Aprialita, T. (2024). *Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Di E-Commerce Sociolla.* <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1>
- Tjiptono, F. (2019). (2019). *Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip,*

Penerapan, Penelitian. Andi.

- Utami, M. A. T., & Astuti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(2), 55–64.
- Wahyuni, S., Lestari, I., & Widodo, J. (2020). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 168. 12, 168–172. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.16255>
- Wahyuning, R., & Handayani, M. (2023). *Pengaruh Live Streaming terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop : A Stimulus-Organism-Response Framework*. 1(2), 222–230.
- Wiguna, A. M., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik, kepercayaan pelanggan muslim, kepuasan pelanggan, dan niat mengunjungi website kembali terhadap minat pembelian ulang pada customer Shopee di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4582–4588. Diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/11414>. 17 Maret 2024 (23.08)
- Yolanda, Y., Yudhira, A., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(1), 196–202. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i1.1787>
- Zuhdi, R., & Kesuma, M. (2022). Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and Beverage. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(3), 554–570.