

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Emi, Ratih Hurriyati, Mokh. Adib Sultan, Ahmad Kamaludin, and Muhammad Januar. 2025. "Exploring the Impact of Customer Experience and Perceived Enjoyment on Customer Loyalty: The Mediating Role of Trust in Tiktokshop." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 18(1):179–99. doi:10.23969/jrbm.v18i1.22406.
- Annur, C. M. 2023. "Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia Pada Awal 2023."
- Ariningsih, Endah Pri, Wijayanti Wijayanti, and Mahendra Galih Prasaja. 2022. "Intention to Use E-Wallet Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Dan Trust." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 11(2):227. doi:10.30588/jmp.v11i2.916.
- Ariyanti, Dea Delia Lestari; Maya. 2019. "The Impact of Perceived Technology Security, Perceived Risk, and Trust on Consumer Intention to Use and Recommend BCA Mobile." *International Journal of Science and Research (IJSR)* 8(1):1355–63. <https://www.ijsr.net/archive/v8i1/ART20194406.pdf>.
- AstraDigital, D. 2025. "Pergeseran Pencarian Ke TikTok & AI: Benarkah Google Akan Ditinggalkan?"
- Dandi, and Erlita Ridanasti. 2024. "The Influence of Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment on Intention to Use TikTok Shop through Attitude Towards Using as Mediation." *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)* 2(6):1–15. doi:10.63901/ijeabam.v2i6.93.
- Hamid, Nisrina, Indri Hapsari, and Sri Wani. 2025. "Stuck in the Experience: How Tiktok Shop Leverages Perceived Interactivity, Immersion, and Enjoyment in Purchase Decisions." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 12(2):123–31. doi:10.26905/jmdk.v12i2.12913.
- Hamidah, Azzah, Denalia Azahra, Nur Fatia Ramadhan Adinata, Rehabibaah Apriliya, Rijal Mahendra, and Rasyid Abdul Aziz. 2025. "Pengaruh Marketing TikTok Terhadap Daya Beli Generasi Muda Gen-Z." *Karimah Tauhid* 4(7):4311–19. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/18860>.
- Hibur, George Noveril, Ronald P. .. F anggidae, Merlyn Kurniawati, and R. Nenu, Yohanes. 2020. "Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Facebook (Studi Pada Minat Beli Di Marketplace Di Kota Kupang)." *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial* 169–87.
- Ivan Naufaldi, and Miharni Tjokrosaputro. 2020. "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Trust Terhadap Intention To Use." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2(3):715–22.
- Kaye, D. bondy, Jing Zeng, and Patrik Wikstrom. 2023. "Book Review: TikTok: Creativity and Culture in Short Video." *New Media & Society* 25(9):2541–43.

doi:10.1177/14614448231172430.

- Keith, A. 2024. "Changing Search Behaviour: Is TikTok a Search Engine?"
- Kholifah (2021). 2021. "Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Faktor-Faktor Dominan Apa Yang Mempengaruhi?" 2(1):6.
- Kotler, Philip, Hermawan Kertajaya, and Iwan Setiawan. 2021. *Marketing 5.0*.
- Laili Rizqiani, Nur, Ayatullah Sadali, and Muhammad Taufiq Abadi. 2024. "Strategi Pemasaran UMKM Di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan TikTok Shop Oleh Sylviea Collection." *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3(1):23–30. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1774>.
- Maria, Vera. 2024. "Analisis Dalam Mendorong Ekonomi UMKM Di Indonesia." *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2(2):138–46. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i2.992>.
- Muliadi, Michaela Louisa, and Edwin Japarianto. 2021. "Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15(1):20–27. doi:10.9744/pemasaran.15.1.20-27.
- Nuzuli, Ahmad Khairul, and Wahyu Kristian Natalia. 2022. "Motif Penggunaan Aplikasi Tik Tok Di Kota Semarang." *Jurnal InterAct* 10(2):47–58. doi:10.25170/interact.v10i2.3151.
- Parapat, Dyah Atika, and Anang Azhar Azhar. 2024. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Berita Mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan." *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2:46–56. <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/download/943/858/2415>.
- Pratama, Andhika Bayu, and I. Dewa Gede Dharma Suputra. 2019. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik." *E-Jurnal Akuntansi* 27:927. doi:10.24843/eja.2019.v27.i02.p04.
- Pratiwi, Desinta, Aris Sarwono, and Asih Handayani. 2021. "PENGARUH EASE OF USE DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI LIFESTYLE PADA E-COMMERCE SHOPEE." *Sports Culture* 15(1):72–86. doi:10.25130/sc.24.1.6.
- Purwaningtyas, Franindya, Muhammad Dalimunte, and Shinta Dewi. 2024. "Exploring Adolescents' Digital Information-Seeking Patterns and Religious Behavior Mengeksplorasi Pola Pencarian Informasi Digital Remaja Dan Perilaku Keagamaan." 12(2):251–78.
- Putri, Sintha, and Budi Prabowo. 2023. "Implementation Of Search Engine Optimization (SEO) In The MSMEs Digital Marketing Strategy." 3(3).
- R., JakPat. 2024. "3 Dari 10 Gen Z Menganggap TikTok Sebagai Media Sosial Paling Informatif."

- Rachmawati, Indira, and Naurah Nazhifah. 2025. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Brand Loyalty Tiktok Dengan Purchase Intention Sebagai Mediasi Pada Generasi z Di Indonesia." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 24(1):65–76.
- Rahayu, S. 2020. "Peran Internet Dalam Transformasi Pendidikan Di Era Digital." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 8(2):25–36.
- Ramadhina, Annisa Prima, Jihan Salsabila, and Merle Emanuella. 2025. "TikTok Dan Mediamorphosis: Peran TikTok Sebagai Mesin Pencari Baru Untuk Generasi Z." *MEDIASI Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 6(2):183–96. doi:10.46961/mediasi.v6i2.1598.
- Rizka, Berliana, Khusnul Azizah, Sonja Andarini, Universitas Pembangunan, Nasional Veteran, and Jawa Timur. 2023. "The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City) Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influnc." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(4):3678–91. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Sartika, Dedeh, Netti Nurlenawati, and Dexi Triadinda. 2025. "Indonesian Journal of Digital Business Pengaruh Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop." *Indonesian Journal of Digital Business* 5(1):163–75.
- Shomad Andrie. 2023. "Agusafeb,+Andrie+Cesario+Shomad." (E-commerce):1–20.
- Suhayati, Ely, Fakhrian Fadlia Adiwijaya, and Risa Rismawati. 2024. "Transformasi UMKM Menjadi Entrepreneur Digital Melalui Search Engine Marketing Dan TikTok Shop Untuk Pemasaran Minuman Kesehatan ‘DULUR.’" 78–85.
- Tempo, D. 2023. "TikTok Kalahkan Posisi Google Sebagai Mesin Pencari Teratas Di Kalangan Gen Z."
- Yacob, Syahmardi, Urip Sulistiyo, Jefri Marzal, Ade Perdana Siregar, and Amirul Mukminin. 2023. "An Investigation of Entrepreneurial Orientation, Social Media Adoption and E-Commerce on MSME Business Performance: An Empirical Study in Indonesia." *Revista Galega de Economia* 32(3). doi:10.15304/rge.32.3.9001.
- Zaharnita, Efni. 2021. "PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI SUMBER INFORMASI BELAJAR PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA." 167–86.