

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Setyo Wardani. (2023, October 4). *Ini Alasan Kenapa TikTok Shop Ditutup 4 Oktober 2023 Pukul 17.00 WIB*. <https://www.liputan6.com/teknoread/5414611/ini-alasan-kenapa-tiktok-shop-ditutup-4-oktober-2023-pukul-1700-wib?page=2>.
- Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, & Dea Aulia. (2022). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5).
- Allsela Meiriza, & Rizky Sawitri. (2023). Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1).
- Andrew B. Whinston, Dale O. Stahl, & Soon-Yong Choi. (2008). *The Economics of Electronic Commerce: Vol. Versi Digital*. Macmillan Technical Pub.
- Bobbi Kay Lewis, Ph. D. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students. *Public Relations Society of America*, 4(3), 1–23.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dwi Puryati, & Susinah Kuntadi. (2017). Biaya Produksi, E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung . *JURNAL ONLINE INSAN AKUNTAN*, 2(2), 217–228.
- Elza Hayarana Sahira. (2023, October 13). *TikTok Shop Buka Lagi 10 November 2023? Ini Jawaban Mendag*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5422682/tiktok-shop-buka-lagi-10-november-2023-ini-jawaban-mendag>.
- Ema Nurzainul Hakimah, & Azuma Zundana. (2023). PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HACHA ICE CREAM PARE). *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) Dan Call for Paper*, 2, 623–631.
- Ema Nurzainul Hakimah, & Basthoumi Muslih. (2016). PENERAPAN STRATEGI 7T BISNIS RITEL DALAM E-COMMERCE (ON-LINE SHOP) OLEH SWALAYAN GOLDEN SEBAGAI MEDIA PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 91–102.
- Firda Rona Hafizhoh, Rayhan Gunaningrat, & Khabib Alia Akhmad. (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>

Hadion Wijoyo, S. E. , S. H. , S. Sos. , S. Pd. , M. H. , M. M. , Ak. , CA. , Q., Dr. (C). Irjus Indrawan, S. Pd. I. , M. Pd. I., Dr. (C) Yoyok Cahyono, S. E. , M. M. , C., Agus Leo Handoko, S. E. , M. M., & Ruby Santamoko, S. Ag. , M. M. Pd. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0* (1st ed.). CV. Pena Persada.

Imam Gunawan, S. Pd. , M. Pd. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.

Josua Tarigan, & Ridwan Sanjaya. (2013). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.

Khoerul Anwar. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. [https://Epub.Imandiri.Id/Repository/Docs/TaSkripsi/Skripsi\\_Khoerul%20Anwar\\_381741032.Pdf](https://Epub.Imandiri.Id/Repository/Docs/TaSkripsi/Skripsi_Khoerul%20Anwar_381741032.Pdf).

Lilly, C. C. (1998). Book Review: Creswell, John. (1997). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. *Networks: An Online Journal for Teacher Research*, 1(1), 62–62. <https://doi.org/10.4148/2470-6353.1252>

Meilla Dwi Nurmala, Stevany Afrizal, & Tubagus Umar Syarif Hadi Wibowo. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Jurnal Hermeneutika*, 8(1).

Mohammad Aldrin Akbar, & Sitti Nur Alam. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Edisi 1). Yayasan Kita Menulis.

Muh. Fathir Maulid Yusuf, Ilham Akbar Garusu, Ahmad Hamid, Dian Mayafaty Rauf, & Ika Maya Sari. (2023). Dampak Penutupan TikTok Shop Terhadap Pengguna dan Pelaku Bisnis Dalam E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(1).

Nurul Hidayanti, Silfa Futuchatul Hidayah, Iqbal Al – Hakim, & Fitria KhairumNisa. (2022). *PENGARUH TIKTOKSHOP SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA*. 3(2), 36–43.

Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan Ke-3). Alfabeta.

Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika*, 11(02), 401–410.  
<https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>

- Saputra, F., & M Ridho Mahaputra. (2022). Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i2.76>
- Subagyo, S., Ernestivita, G., Rukmini, M., & Limantara, A. D. (2021). The Effect of Promotion Through Social Media on Purchase Decision with Viral Marketing as an Intervening Variable. *Proceedings of the 2nd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Sciences, BIS-HSS 2020, 18 November 2020, Magelang, Central Java, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311670>
- Varinder Taprial, & Priya Kanwar. (2012). *Understanding Social Media* (Nicole Buzzetto). BookBoon 2012.
- Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-COMMERCE TOKO FISAGO.CO BERBASIS ANDROID. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>
- Zulistiani, & Dias Ro'ul Afifa. (2024). The Influence of Trust, Customer Satisfaction and Service Quality on Gen Z Loyalty to the Shopee Application. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2.
- Zulistiani, Susi Damayanti, & Lahmirza Aula Amalia. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Ardana Studio). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 8, 14–26.