

DAFTAR PUSTAKA

- Anhar, D. A., & Kurniawan, S. (2024). Ketidakpastian Hukum Dalam Kembalinya Tiktok Shop Sebagai Platform Social Commerce di Indonesia. *UNES Law Review*, 6(3), 8963–8976.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing An Introduction 12th Edition* (S. Wall (ed.); 12th ed.). Pearson Education, Inc.
- Arthur Gideon. (2023). *TikTok Shop Kembali Beroperasi di Indonesia, Komitmen Dukung UMKM?* Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5480490/headline-tiktok-shop-kembali-beroperasi-di-indonesia-komitmen-dukung-umkm?page=5>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Attar, R. W., Almusharraf, A., Alfawaz, A., & Hajli, N. (2022). New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Switzerland)*, 14(23). <https://doi.org/10.3390/su142316024>
- Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. (2020). *Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jawa), 2020*. Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/1057/1/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Bangsawan, Nuryartono, N., & Pasaribu, S. H. (2023). Dampak Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Barat Dan Timur Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 12(2), 146–158. <https://doi.org/10.29244/jekp.12.2.2023.146-158>
- BBC News Indonesia. (2023). *TikTok Shop buka lagi setelah akuisisi Tokopedia, pedagang dan afiliator berharap “jangan sampai ditutup lagi.”* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cgrp5yeyvzno>
- Business Indonesia. (2023). *Indonesia's E-commerce revenue reaches US\$51.9 Bn, highest in Southeast Asia*. Business Indonesia. <https://business-indonesia.org/news/indonesia-s-e-commerce-revenue-reaches-us-51-9-bn-highest-in-southeast-asia>
- Business Of Apps.com. (2024). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2024)*. Businessofapps.Com. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). *Pengaruh Harga , Online Customer*

Review, dan *Online Customer Rating* terhadap *Keputusan Pembelian* pada *Marketplace Shopee*. 867–874.

- Caroline, S., & Tjiptodjojo, K. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Zalora*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Fadila, M. E., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Pengaruh Harga, Review Produk, Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Sosial Commerce. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 724–733. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i4.870>
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 130–141.
- Febriana Sari, P., & Fatrianto Suyatno, D. (2023). Pengukuran Kualitas Layanan Pada Aplikasi Tiktok Shop Menggunakan Metode E-Servqual Dan IPA (Importance Performance Analysis). *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 4(2), 126–135.
- Fenti Hikmawati. (2020). Metodologi Penelitian. In *Analytical Biochemistry* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Abadi Tejokusumo (ed.); 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginee.com. (2021). *Demografi Pengguna TikTok Indonesia*. Ginee.Com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- IBLAM School of Law. (2023). *Apa Itu Predatory Pricing, Dampaknya dan Sanksi Pidana*. IBLAM School of Law. <https://iblam.ac.id/2023/11/15/apa-itu->

predatory-pricing-dampaknya-dan-sanksi-pidana/#:~:text=Perilaku predatory pricing juga berdampak,harga jual dari produk mereka.

- Iliyas, Dahmiri, & Nifita, A. T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Nikimi Mart Tebo). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 99–110.
- Indahlya, A., Bachri, S., Sutomo, M., & Dwiwijaya, K. A. (2024). PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK , CONTENT MARKETING , DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen (JREM)*, 15(4), 1–19.
- Irlianti Martalia, Razkia Dwita, & Safitri Ajeng. (2023). Pengaruh Media Sosial (Tik Tok Shop) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Kerja (Martalia Irlianti). *IJPS : Indonesia Journal of Psychological Studies*, 1, 1.
- Kadir. (2017). *Statistika Terapan* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online TikTok Shop. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 101–116. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.277>
- Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Siaran Pers: Terbitkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Mendag Zulkifli Hasan: Pemerintah Bangun Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat. In *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/terbitkan-permendag-nomor-31-tahun-2023-mendag-zulkifli-hasan-pemerintah-bangun-ekosistem-perdagangan-digital-adil-dan-sehat>
- Khairani, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Gaya Hidup, dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa universitas Muhammadiyah Purwokerto)*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In S. Wall (Ed.), *Pearson Education* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2* (B. Sarwiji (ed.); 12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In S. Wall (Ed.), *Pearson Education* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kuraken. (2022). *Sudah Lebih dari 14 Hari, Dana Belum Dikembalikan ke Debit*

Mandiri oleh TikTok Shop. Mediakonsumen.Com.
<https://mediakonsumen.com/2022/12/29/surat-pembaca/kasus-sudah-lebih-dari-14-hari-dana-belum-dikembalikan-ke-debit-mandiri-oleh-tiktok-shop-sudah-selesai>

- Kurniawan, D., & Siswanto, E. (2022). Analisis Kualitas Layanan Website Dan Promosi E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Shopee. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 34. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i2.7212>
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Onlinedi Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syaria*, 4(2), 1356–1367.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASE HANDPHONE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Momentum Works. (2023). *[New report] Ecommerce in Southeast Asia achieved ~US\$ 100 billion GMV in 2022.* Momentum Works. <https://thelowdown.momentum.asia/new-report-ecommerce-in-southeast-asia-achieved-us-100-billion-gmv-in-2022/>
- Nur Rohmah, R. (2022). Upaya Membangun Kesadaran Keamanan Siber pada Konsumen E-commerce di Indonesia. *Cendekia Niaga*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.52391/jcn.v6i1.629>
- Nurchasanah, D., Lukitaningsih, A., Cahyani, P. D., & Udayana, I. B. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok Shop. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 1081–1095. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1693>
- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Ong, D. (2023). *Analisis Perbedaan Bisnis Antara Pemanfaatan E-Commerce dan Sosial Commerce Bagi Masyarakat.* 7, 30409–30421.
- Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia.*
- Prihartono, P. (2021). Determination of Purchase Decision: Product Quality, Price and Place (Literature Review). *Dinasti International Journal of Economics*,

Finance & Accounting, 2(3), 357–365.
<https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i3.1365>

- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). *Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. 1(1), 1–10.
- PT GoTo Gojek Tokopedia. (2024). *Hasil Paparan Publik Insidental PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk*.
https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202402/f5a7de9a03_9fae3afe17.pdf
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Oasis Bubble Milktea and Dessert Di Kota Magelang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 729–737.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114.
<https://doi.org/10.56341/amj.v3i2.204>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Penerbit Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Rosmiati, R. (2022). DARI VIDEO KE TOKO: BUDAYA KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP (Pola Konsumsi pada Mahasiswa Milenial Bangka Belitung). *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 2, 1–16.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
<https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan ke-4* (1st ed.). Deepublish.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 63–71.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra

Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>

Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>

TikTok.com. (2023a). *GoTo dan TikTok Sepakati Kemitraan Strategis E-Commerce untuk Mendorong Kemajuan UMKM Indonesia*. TikTok.Com. https://newsroom.tiktok.com/in-id/goto-dan-tiktok-sepakati-kemitraan-strategis-e-commerce-untuk-mendorong-kemajuan-umkm-indonesia?attr_campaign=TTS-ID-Return&attr_medium=&attr_source=email&attr_sys_campaign_id=7311160036028661761&attr_sys_drip_id=0&attr_s

TikTok.com. (2023b). *Informasi Terkini dari TikTok Shop Indonesia*. TikTok.Com. https://newsroom.tiktok.com/in-id/informasi-terkini-dari-tiktok-shop-indonesia?attr_campaign=TTS-ID-Ban&attr_medium=&attr_source=email&attr_sys_campaign_id=7285656842502733825&attr_sys_drip_id=0&attr_sys_message_id=7285715977035333634&attr_sys_task_id=728

Titasari, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1530–1540. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20337/15116>

Ulfa, W. S., Islam, P. E., Surabaya, U. N., Fikriyah, K., Islam, P. E., & Surabaya, U. N. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim di tiktok shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 106–118.

Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, Persepsi harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.

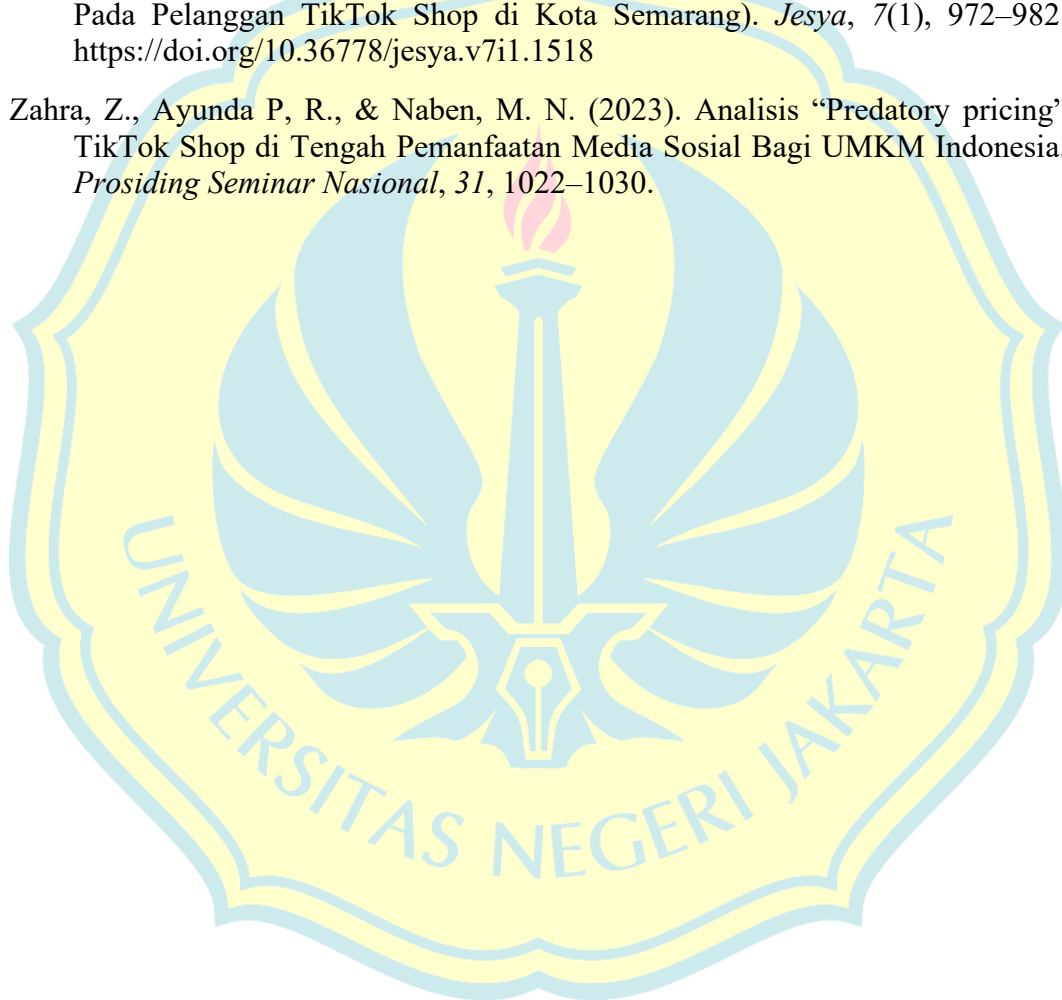
Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>

Wydyanto, & Ilhamalimy, R. R. (2021). The Influence of Service Quality and Product Quality on Purchase Decisions and Customer Satisfaction (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal Of Management Science*, 3(2), 385–394. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2>

Yanti Nasution, E., & Indria, T. (2022). Tren Belanja Online Pada Social Commerce. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3(3), 655–

665.

- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(1), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yulianto, A. Y., & Prabowo, R. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 972–982. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1518>
- Zahra, Z., Ayunda P, R., & Naben, M. N. (2023). Analisis “Predatory pricing” TikTok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 31, 1022–1030.



Intelligentia - Dignitas