

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, U., Abdullah, K., Jannah, M., Hasda, S., Fadilla, Z., Masita, ... Ardiawan, M. K. N. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Amalia, K. I. N. N. S. M. N. (2024). Analisis Validitas, Reabilitas Dan Tingkat Kesukaran Soal Pada Materi Siklus Air. Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran, 7, 1–7.
- Alisiyia, R., Safitri, N., Gunaningrat, R., Hastuti, I., Ki, J., Sarkoro, M., ... Tengah, J. (2025). Apakah Live Shopping Dan Diskon Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Gen Z Dan Tiktok Shop). (September).
- Amil, R. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skincare Ms Glow) Skripsi Oleh : Raihan Amil Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri.
- Angelique, M., & Ryan, B. J. (2025). Influence Of Tiktok Trends On The Buying Intentions Of Gen-Zs. *Ix(2454)*, 438–452. <https://doi.org/10.47772/Ijriiss>
- Anggun, J., Nursetyowati, P., & Angelina, M. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Keahlian Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Pada Industri Makanan. 1(3).
- Armawan, I., Hermawan, A., & Patmi, W. (2022). The Application Sor Theory In Social Media Marketing And Brand Of Purchase Intention In Indonesia : Systematic Literature Review. 6(10), 2656–2670.
- Bayu Surya Parwita, G., Ika Prastyadewi, M., & Ayu Nyoman Tri Saraswati, I. (2023). Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Iss Indonesia. *Jurnal Arastirma*, 1(2), 273. <https://doi.org/10.32493/Arastirma.V1i2.12365>
- Claudio, G., & Wardani, D. (2024). The Influence Of Social Media Influencers , E-Wom And Perceived Quality On Purchase Intention On E-Commerce Platforms (A Study Of Tiktok Shop Among Gen Z Jabodetabek. 91–112.
- Dede Agustino, N. W. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di The Balcone Suite &. 580–585.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–114.
- Gunawan, A., Sucipto, I., & Suryadi. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pada Kantor Desa Pasirsari Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 3(1), 1–12.

- Hasley, J. P., Hester, A. J., & Gregg, D. G. (2025). Measuring Consumer Trust And Perceived Risk In E-Commerce. 9, 1–28. Retrieved From [https://www.emerald.com/ijrdm/search-results?Page=1&Q=Measuring Consumer Trust And Perceived Risk In E-Commerce&Fl_Siteid=1000329](https://www.emerald.com/ijrdm/search-results?Page=1&Q=Measuring+Consumer+Trust+And+Perceived+Risk+In+E-Commerce&Fl_Siteid=1000329)
- Hodijah, C., Rahmani, S., & Abdillah, F. (2025). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis The Impact Of Digital Marketing Via Tiktok Shop On Generation Z ' S Purchase Decisions. 7(4), 852–856. <https://doi.org/10.37034/inf.v7i4.1298>
- Huy, N. Q. (2024). Research On The Role Of Influencers In Gen Z ' S Purchasing Decisions On Tiktok Shop In Hanoi. 22(03), 1801–1809.
- Ismawati, M. N. S. (2025). Kredibilitas Influencer Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Produk Skincare Ms Glow Di Kabupaten Sumbawa. 113–122.
- Ihsan Fairuzsyifa, A., & Sulisty Nugroho, Y. (2024). Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Minat Calon Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Python. Jurnal Informatika Polinema, 10(2), 265–272. <https://doi.org/10.33795/jip.v10i2.5014>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Ali Achmadi, T. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Maghfiroh, N., & Abadi, M. D. (2025). Pengaruh Marketing Tiktok Affiliate , Kualitas Viral Marketing Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Gen Z Pengguna Tiktok Di Lamongan). 8(2), 1409–1420.
- Mandala, M., Afifah, N., Purmono, B. B., & Setiawan, H. (2025). Pengaruh Product Information Quality Dan Electronic Word-Of- Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Intention Pada Platform Tiktok Shop Di Indonesia Dengan Customer Trust Sebagai Mediasi. 1(3), 58–70.
- Nuris Sahripah, F. A. B. (2024). Pengaruh Influencer, Content Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Generasi Z Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 6(10).
- Noriska, N. K. S. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Solo. Jurnal Pendidikan Tambusai, 6(2), 15612–15622.
- Nur Rahmi, N. R., & Naue, A. S. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Boalemo. Promosi (Jurnal Pendidikan Ekonomi), 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5483>

- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In Sibuku Media.
- Oliveira, T., Alinho, M., & Rita, P. (2017). Modelling And Testing Consumer Trust Dimensions In E-Commerce.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Purnawati, E. (2024). Trust In E-Commerce : How Reviews And Ratings Shape Consumer Confidence Kepercayaan Dalam E-Commerce : Bagaimana Ulasan Dan Penilaian. 1(12).
- Putri, N., Prasetya, Y., Handayani, P. W., & Fitriani, H. (2024). Tiktok Shop : How Trust And Privacy Influence Generation Z ' S Purchasing Behaviors Tiktok Shop : How Trust And Privacy Influence Generation Z ' S Purchasing Behaviors. Cogent Social Sciences, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2292759>
- Rossyadah, A. Y. (2025). The Relationship Between The Marketing Strategies Of Content Marketing , Influencer Marketing , And Tiktok Shop On Tiktok , And Impulsive Buying Behavior In Amuntai Hulu Sungai Utara. 1–11.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Kbm Indonesia.
- Siti Nasrotul Ilmiah, A. A. R. (2024). Peran Media Sosial Tiktok Shop Dalam Menarik Minat Belanja Gen Z Terhadap Produk Fashion. 06(01).
- Sriyanto, A. (2024). The Influence Of The E-Wom , E-Trust , And E-Service On Purchase Decision (Study On Tiktokshop Marketplace Users In West Jakarta). 04(03), 1008–1017.
- Susanti, A., & Kamila, E. R. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Pembelian Produk Implora Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Aplikasi Tiktok Shop.
- Syah, S. R., Sufardi, S., & Marlina, N. (2024). Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja Terhadap Tingkat Laba Pada Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Aksioma : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi, 1(2), 58–75. <https://doi.org/10.62335/89vwjt47>
- Tarigan, M., & Frintiana Silaban, D. (2023). Reviu Statistika: Data Dan Skala Pengukuran. Jintan: Jurnal Ilmu Keperawatan, 3(02), 118–126. <https://doi.org/10.51771/Jintan.V3i02.658>
- Tripopsakul, S., & Hoonsopon, D. (2025). Influencer Credibility , Parasocial Relationships , And Product Involvement In Purchase Intentions. 9(4), 2132–2144.

- Yandi, A., & Trimerani, R. (2023). Indikator Fasilitas Dan Kinerja Karyawan Di Pt.Karya Makmur Langgeng Kalimantan Barat Working Facilities And Employee Performance Indicators At Pt. Works Of Prosperous Langgeng West Kalimantan. Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (Jimangis), 4(1), 2776-107x.
- Yunitasari, D., & Addainuri, M. I. (2025). Analysis Of Influencing Generation Z Purchasing Decisions In East Java Through Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Mediation Debby. 16(November). <https://doi.org/10.21512/Bbr.V16i3.13572>
- Yusuf Alwy, M., Herman, H, T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana Dan Berganda Beserta Penerapannya. Journal On Education, 06(02), 13331–13344.
- Zeta, N. A., Najib, M., Permana, E., & Sinaga, L. (2025). Analisis Perilaku Belanja Impulsif Gen Z Di Tiktok Shop Masyarakat Khususnya Di Kalangan Gen Z Dan Remaja Untuk Mengeksplorasi Topik Baru . Dapat Dijelaskan Dengan Memanfaatkan Model Aida . Anita Et Al . (2025) Menjelaskan Bahwa. (September).