

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abubakar, R. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Armanda, D. *et al.* 2022. *Ilmu manajemen*. Lhokseumawe: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe.
- Asari, A. *et. al.* 2023. *Pengantar Statistika*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Badrudin, 2015. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ciamis: Penerbit Galuh Nurani.
- Firmansyah, M. A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jirwanto, H. *et al.* 2024. *Manajemen keuangan*. Pasaman Barat: CV Azka Pustaka.
- Jogiyanto, H. M. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., dan Chernev, A. 2021. *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Krisnandi, Efendi, dan Sugiono. 2019. *Pengantar manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Laudon, K. C., dan Traver, C. G. 2016. *E-commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Pearson Education.
- Machali, I. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan.
- Sadali, A. 2024. *Buku Ajar E-Commerce*. Ruang Aksara Media.
- Satriadi, *et. al.* 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

- Sundari, E. dan Hanafi, I. 2023. *Manajemen pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.
- Tjiptono, F. 2016. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya dan Rifa'i. 2016. *Dasar-dasar manajemen: Mengoptimalkan pengelolaan organisasi secara efektif dan efisien*. Medan: Perdana Publishing.
- Yeni, A. et. al. 2024. *Pengantar manajemen*. Padang: Get Press Indonesia.
- Yulianto, A. et al. 2024. *Manajemen pemasaran: Pemasaran dalam perspektif: memahami perubahan dan tantangan*. Brebes: UMUS Press.
- Yusuf, M. et al. 2021. *Manajemen (teori & aplikasi)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Zulfikar, R. et. al. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Widina Media Utama

JURNAL/ARTIKEL ILMIAH

- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. 2025. *Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet*. Jurnal Minfo Polgan, 14(1), 28–37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Arum, L. S., Zahrani, A., dan Duha, N. A. 2023. *Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030*. Accounting Student Research Journal, 2(1), 59–72. <https://ejournal.upnvj.ac.id/asrj/article/view/5812>
- Audrezet, A., De Kerviler, G., dan Moulard, J. G. 2020. *Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation*. Journal of Business Research, 117, 557–569. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>
- Aurellia, C., & Dewi, L. 2025. *Influencer authenticity and homophily on TikTok: Shaping purchase intention via parasocial relations*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR), 9(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v9i2.17227>
- Dandi, & Ridanasti, E. 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. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v2i6.93>

- Duffek, B., et al. 2025. *Authenticity in Influencer Marketing: How Can Influencers and Brands Work Together to Build and Maintain Influencer Authenticity?* Journal of Marketing, 89(5). <https://doi.org/10.1177/00222429251319786>
- Ginting S.M, E., Panjaitan, M., & Purba, J. H. 2025. *Pengaruh harga, kemudahan transaksi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di toko online Tiktok Shop: Studi kasus pada mahasiswa Universitas Methodist Indonesia Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2021*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi, 5(2), 167–184. <https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5229>
- Haikal, M. F., Simanjuntak, E. S. M., & Iskandar, I. 2025. *Pemberdayaan UMKM Skincare Lokal di TikTok Shop: Membangun Kepercayaan dan e-WoM untuk Peningkatan Omset dan Kapasitas Digital*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 13(2), 148–159. [10.37064/jpm.v13i2.27132](https://doi.org/10.37064/jpm.v13i2.27132).
- Kamila, V. R., Hariyadi, G. T., Nuryanto, I., & Putra, F. I. F. S. 2026. *Peran Kredibilitas Influencer, Iklan, Citra Merek dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare di TikTok Shop*. Jurnal EMT KITA, 10(3), 1149–1163. <https://doi.org/10.35870/emt.v10i3.6196>
- Kholida, F. F., & Nuvriasari, A. 2026. *The Influence of Affiliate Marketing, Online Reviews, and Product Knowledge on Skincare Purchase Decisions on TikTok Shop*. Economic and Business Horizon, 5(1), 57–68. <https://doi.org/10.54518/ebh.5.1.2026.1014>
- Kirana, A. S., Damayanti, A., Tumanggor, N. N., & Purnamasari, P. 2025. *Pengaruh Kredibilitas Influencer, Kualitas Konten, dan Interaksi Sosial terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce TikTok*. Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jbkdk.v2i2.3571>
- Marsya, N. P. T., dan Yunita, P. I. 2025. *Mediasi Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Skincare di TikTok Shop: Pengaruh Influencer Marketing dan Perceived Usefulness*. Journal of Accounting and Finance Management, 6(5), 2607–2614. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i5.2775>
- Prabow, V. A. A., dan Ariani, K. R. 2025. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia*. Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(2), 1589–1600. Link akses: <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1324>
- Rahmawati, A., dan Ramli, A. H. 2024. *E-Trust, Perceived Ease Of Use, E-Satisfaction And E-Loyalty For Users Of The Tiktok Shop Application*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(1), 279–294. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2209>

- Santoso, F. P. C., & Gunawati, I. S. 2026. *Keputusan pembelian produk skincare di TikTok Shop: Pengaruh kredibilitas influencer sebagai host live, kualitas konten, dan promo tanggal kembar*. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 11(02), 209–227. <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.49809>
- Siham, N. V. A., Suharto, A., & Tyas, W. M. 2025. *Pengaruh influencer marketing, diskon, online customer review terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific pada Tiktok Shop (Studi kasus masyarakat konsumen Kabupaten Jember)*. Manajemen: Jurnal Ekonomi, 7(2), 501–511. <https://doi.org/10.36985/6gsm6775>
- Subhan, Muvida, dan Hidayanti, I. E. 2022. *Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Marketplace Shopee, Kota Ternate)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 12(1), 35–46. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4559>
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. 2023. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>
- Zniva, R., Weitzl, W. J., dan Lindmoser, C. 2023. *Be constantly different! How to manage influencer authenticity*. Electronic Commerce Research, 23(3), 1045–1071. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09653-6>

WEBSITE/INTERNET

- Databoks.katadata.co.id. (2025). *Shopee Dominates Southeast Asia's E-commerce GMV until 2024*. Link akses: <https://databoks.katadata.co.id/en/technology-telecommunications/statistics/685d3cef5a751/shopee-dominates-southeast-asias-e-commerce-gmv-until-2024>
- economysea.withgoogle.com. (2024). *Laporan e-Conomy SEA 2024*. Google, Temasek, & Bain & Company. Link akses: https://economysea.withgoogle.com/intl/id_id/report/
- Hiip.asia. (2024). *Top 10 Beauty - Skincare TikTokers in Indonesia*. Link akses: <https://www.hiip.asia/top-influencer/indonesia-beauty-skincare-tiktok/>
- Involve Asia. (2026). *30 Top Selling TikTok Shop Affiliate Products in Indonesia 2026*. Link akses: <https://involve.asia/blog/top-selling-tiktok-shop-affiliate-products-indonesia/>
- Katadata.co.id. (2023). *Sejarah TikTok Shop, Kini Dilarang Jualan dan Transaksi di Indonesia*. Link akses: <https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah->

ekonomi/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia

KOL.ID. (2026). 10 Influencer Skincare Paling Populer di Indonesia. Link akses: <https://kol.id/blog/10-influencer-skincare-paling-populer-di-indonesia>

Kumparan.com. (2023). Cara Bayar TikTok Shop Lewat ShopeePay dan E-Wallet Lainnya. Link akses: <https://kumparan.com/berita-bisnis/cara-bayar-tiktok-shop-lewat-shopeepay-dan-e-wallet-lainnya-1zUgrluhCiB>

RRI.co.id. (2024). Jumlah Pengguna TikTok Indonesia Semakin Melejit. Link akses: <https://www.rri.co.id/ipitek/1071480/jumlah-pengguna-tiktok-indonesia-semakin-melejit>