

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, P. Y. D. (2023). *Sejarah Tokopedia Bergabung dengan Gojek hingga Masuknya TikTok*.
- Alus, G. P., Siwu, A. A., Wongkar, C., Sorongan, D. Y. S., Syaputra, M. R., Sumual, I. V., Montolalu, B. M. T., Dumanauw, A. A. V., & Maramis, J. B. (2022). *Pengaruh Waseda Boys Sebagai Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Beli Produk Menantea di Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1881-1890.
- Anisa, L. (2023). *TikTok Shop Buka Kembali, Berdampak Buruk atau Membaik?*.
- Anjaya, A., & Dwita, V. (2023). *The Impact of Online Customer Review on Purchase Intention with Trust as a Mediating Variable*. *Journal of Marketing Management Studies*, 3 (4), 407-417.
- Ariesta, G. R., & Septrizola, W. (2025). *The Impact of Product Reviews and Price on Purchase Intention for Skintific Skincare Products: Trust as a Mediating Variable*. *Journal of Marketing Management Studies*, 5(1), 85-95.
- Asih, E. M. (2024). *Analisis pada Shopee sebagai E-commerce Terpopuler di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), 73-79.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2023). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2023*. BPS Kabupaten Banyumas
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2023). *Persentase Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Banyumas (Persen) 2023*. BPS Kabupaten Banyumas
- Candradewi, I. P., & Ratnawati, A. (2025). *Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing Terhadap Purchase Behavior Melalui Purchase Intention E-Commerce TikTok Shop*. *eCo-Buss: Economics and Business*, 8(1), 615-628.
- Chairunnisa, S., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 825-833.

- Darmawan, M. D. A., & Laily, N. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Interveningnya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 11(6), 1-17.
- Darullah, M. D., & Tanamal, R. (2023). *Faktor yang paling mempengaruhi keputusan dalam menggunakan TikTok Shop*. Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech), 6(2), 166-175.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). *Pengaruh Customer Review, Customer Rating, dan Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan di Online Shop Shopee*. Jurnal Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi, 4(1), 67-83.
- Fratama, F., Pardede, R., Samara, A., & Susanti, M. (2023). *The Influence of Trust and Perceived Usefulness on Purchase Intention with Price Mediation*. International Journal of Economics, 2(2), 833-840.
- Ginee.com. (2021). *Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air*.
- Hardiansyah, Z. (2022, 26 September). *Pengertian E-commerce beserta Jenis, Contoh, dan Manfaatnya*.
- Helfiyana, Alwie, A. F., & Samsir. (2024). *The Influence of Online Customer Review and Perceived Risk on E-Trust Purchase Intention on E-Commerce Lazada in Pekanbaru City*. International Journal of Economics, Business and Accounting, 2 (3) 295-310.
- Herawati, D. M., & Imronudin. (2024). *Pengaruh Social E-Wom dan Price Terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi*. Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis, 4(2), 200-219.
- Herman et al. (2025). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Tinggi*.
- Hermawan, I. H. & Astuti, B. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Service Quality terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Trust pada Konsumen di E-commerce Shopee*. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 8(3), 1159-1169.

- Ivansyah, N. F. & Novitaningtyas, I. (2023). *Pengaruh Harga dan Promosi Live Selling Terhadap Purchase Intention di TikTok Shop*. Jurnal Pro Bisnis, 16(2), 107-121
- Japariato, E. & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variable pada E-commerce Shopee*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14 (1), 35-43.
- Julianti, N. K. R. S., & Korry, P. D. P. (2025). *Peran Kepercayaan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Harga dan Tingkat Penilaian Konsumen terhadap Minat Beli Busana Adat Bali*. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 6(1), 350-363.
- Kabarbusa.com. (2024). *Transaksi E-Commerce Diproyeksikan Tembus Rp487 Triliun Pada 2024*.
- KataData. (2021). *Distribusi Pengguna TikTok Indonesia Menurut Provinsi*. KataData Insight Center.
- Koransulindo.com. (2023). *Sejarah TikTok Shop Hingga Dilarang di Indonesia*.
- Larasati, A. (2021). *Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Kebumen: Universitas Putra Bangsa.
- Listia, M. A. D., Fatimah, F., & Izzuddin, A. (2025). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Customer Trust Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Pada E-commerce Tokopedia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, 5 (1), 78-93.
- Lesninghati, R. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Niat beli Konsumen dalam Membeli Beras*. Skripsi. Semarang: Universitas Semarang.
- Loindong, S. S. R., Dotulong, L. O. H., & Sumarauw, J. S. B. (2024). *Variabel Trust sebagai Pemediasi Pengaruh Online Customer Review dan Kualitas Produk Terhadap Niat beli Konsumen di Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara Pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi, 11(3), 1627-1641.

- Montolalu, B. M., Ogi, I. W. J., & Raintung, M. C. (2024). *Trust sebagai Pemediasi Pengaruh Online Customer Review dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention pada E-Commerce Shopee oleh Konsumen di Kecamatan Airmadidi*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 12(3), 153d-164.
- Mukarromah, U., & Saputro, E. P. (2025). *Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Influencer Endorsement dan Ulasan Pelanggan Online terhadap Niat Beli pada Produk Skincare Npure*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomu, Keuangan & Bisnis Syariah, 7(1), 1078-1097.
- Mulyati, Y. & Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. Jurnal Maksipreneur: Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 9(2), 173-194.
- Nandy. (2021). *Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya*.
- Nurmalasari, E., Rakib, M., & Taufik, M. (2025). *Comparative Analysis of Consumer Prefences in Online Shopping in Makassar City: Case Study of Shopee and TikTok Shop*. International Journal of Research Publication and Reviews, 6(1), 1209-1214.
- Oktadelfia, S., & Yolanda, M. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Price Terhadap Purchase Intention Pelanggan Nadifa Mart Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Ekonomika, Manajemen dan Bisnis (JEMB), 3(2), 243-253.
- Oliviera, A. M. D., & Hendar. (2025). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Intention melalui Customer Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna TikTok Shop di Kota Semarang*. Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam (SOSEBI), 5(2), 142-157
- Peong, H. K., Ciptosari, F., Golwi, T., Haba, P., Harvano, Y. F., & Syahrul. (2024). *Pengaruh Harga, Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayanan Terhadap Purchase Intention Galeri UMKM PERUMDA Bidadari Labuan Bajo*. Journal of Management Small and Medium Enterprises, 17(2), 419-432.

- Permatasari, H. I., & Wahyudi, L. (2024). *The Effect of Influencer Endorsment, Online Customer Review, and Brand Image to Purchase Intention Mediated By Customer Trust in Online Shopping Activities on Tiktok*. Journal of Organizational and Human Resource Development Strategies, 1(1), 35-51.
- Populix. (2021). *Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*.
- Pramika. (2021). *Statistik Penelitian*.
- Pratama, S. D. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Harga, dan Affiliate Marketing Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Fashion pada Pengguna TikTok di Banyumas*. Skripsi. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
- Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2023). *Mendag Zulkifli: TikTok Shop Uji Coba di Indonesia hingga April 2024*.
- Rukmawati, A. R. (2022). *Daya Tarik Shopee sebagai salah satu bentuk Marketplace*. Skripsi. Semarang: Universitas Semarang.
- Safria, D. (2022). *Penetapan Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan, 8(1), 1-7.
- Sarmawa et al. (2025). *Model-model Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia, Operasional, Keuangan, dan Ekonomi*.
- Siskawati, S., & Fachrunnisa, O. (2025). *Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee)*. Jurnal eCo-Buss: Economics and Business, 8(1), 997-1010.
- Soetiyani, A., Lukiyana, L., Ariandi, A., Kamaruddin, M. J., & Jundi, M. (2024). *Sosialisasi: Manfaat E-commerce untuk Meningkatkan Penjualan pada MKM Obat (Socialization: Benefits of E-commerce to Increase Sales at Drug Msmes)*. Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 69-77.
- Subasman, et al. (2025). *Metode dan Teknik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Pengembangan untuk Mahasiswa*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tempo.com. (2023). *Ini Alasan TikTok Pilih Berkongsi dengan Tokopedia*.
- Tiktok.com. (2026). *About company*.
- Umbaseng, J. (2025). *Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Shopee: Trust sebagai Variabel Intervening*. Tesis. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Wati, N. H., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2024). *Analisis Persepsi Manfaat dan Harga terhadap Niat Beli melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Konsumen Tiktok Shop di Yogyakarta*. Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(4), 2414-2427.
- Yonatan, A. Z. (2025, 14 Agustus). *Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak di akses di Indonesia 2025*.
- Yulfiswandi & Rosmawati. (2025). *Behavioral Economic Analysis of Brand Image, Service Quality, Social Media Quality, and Price Perception in Influencing Generation Z's Purchase Intention for Cross-Border Personal Shopping Services: The Mediating Role Of Trust*. International journal of economics development research, 6(6), 3886-3911.
- Yuwono, W., & Zoybeils. (2023). *Memengaruhi Online Purchase Intention dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada pelanggan Marketplace di Batam*. Jurnal Wawasan Manajemen, 11(2), 156-165.
- Zakaria. (2024). *Peran E-Commerce dalam Pembangunan Ekonomi Daerah di Indonesia*. Jurnal ekonomi pembangunan STIE muhammadiyah palopo, 10(1), 142-158.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang*. Jurnal Mirai Management, 8(2), 436-452.