

DAFTAR PUSTAKA

- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, H., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>
- Anggraeni, L. A. (2024). Tantangan Kompetisi dan Risiko Monopoli dalam Transformasi Digital E-Commerce dengan Studi Kasus Aplikasi TikTok di Indonesia. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 1–14. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm>
- Anugraha, A. Z., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. A. (2025). Peran Sistem Informasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengguna pada Platform e-Commerce. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 8(7), 91–100. <https://doi.org/10.2238/bzm3m802>
- Astadi Pangarso & Retno Setyorini (2023) The drivers of E-learning satisfaction during the early COVID-19 pandemic: empirical evidence from an Indonesian private university, *Cogent Education*, 10:1, 2149226, DOI: 10.1080/2331186X.2022.2149226
- Bahaddad, AlGhamdi, Buhari, Alassafi & Alzahrani, (2019), A Conceptual Framework for Successful E-commerce Smartphone Applications: The Context of GCC, *International Journal of Information Technology and Electrical Engineering*, 8 (4) pp. 29-43
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing Excellence*, 5th (5th ed.). Pearson Education Limited.

Cecilia Stefhanie; Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Electronic Service Quality terhadap Online Loyalty dan Perceived Value sebagai Variabel Intervening (Pengguna Shopee di Kota Bekasi); 2024.

Darmawan, I., Muhammadi, R., Alpasaha, J. N., & Sakti, M. F. D. (2024). Smart Living dan Harmonisasi di Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(12), 1–15.

Darwin, M. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Media Sains Indonesia.

Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., YulianI, Mohdari, H., Dwita, F., .. Rachman, S. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*. Ahlimedia Press.

Eyal, N. (2014). Hooked: how to build habit forming products. Portfolio/Penguin.

Farhan, M., Hardi, E. A., & Ahmad, S. (2024). Pengaruh Fitur, Variasi Produk, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 159–173. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1128>

Firdaus, N. M., Ardianto, Y. T., & Sisharini, N. (2024). Analisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan platform pembelajaran daring terhadap kepuasan pengguna. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 10(1), 70–80. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>

Ginee. (2025). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial least squares: Konsep, metode dan aplikasi menggunakan program Warppls 4.0* (Edisi ke-2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gouwtama, Y. (2024). Pengaruh intensitas dan adiksi penggunaan media sosial terhadap perilaku *phubbing* di Provinsi DKI Jakarta [The effect of social media use

intensity and addiction on phubbing behavior in DKI Jakarta Province]. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*, 26(1), 93–111.

Gupta, S. (Ed.), Nagina, R., Paruthi, M., & Gupta, G. (2025). *Marketing and gamification: Applications, challenges, and ethics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032694238>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (9th ed.). Cengage Learning.

Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (n.d.). *Metode penelitian: Kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.

Hapsari, O. N. I. R., Az-zahra, H. M., & Aknuranda, I. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Aplikasi Gramedia Digital. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(3)

Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2020). *Manajemen pemasaran: Dasar & konsep* (Dr. Hartini, Ed.). Media Sains Indonesia.

Hou, Y., Zhang, Y. and Zhu, Y. (2025), "The TikTok miracle: cracking the code of TikTok's platform strategy", *Strategy & Leadership*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/SL-10-2024-0114>

Husna, A., Hasan, K., & Arifin, A. (2024). Identitas dan Penciptaan Diri di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.29103/jspm.v5i1.11590>

Hutapea, N. C., & Hegarini, E. (2024). Pengaruh sistem informasi, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi e-

commerce TikTok. *Journal of Science and Social Research*, 7(3), 968–973.
<http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>

Isnaeningsih, H.N., Fitriati, A., Pujiarto, P., & Astuti, H.J. (2021). The influence Quality of information, Sistem Quality and Service Quality on Satisfaction and User Performace. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 266-281.

Kabir, Z. S., & Kang, K. (2024). The Impact of Augmented Reality Through User-Platform Interactions Towards Continuance Intention with the Effect of User Generation. *Information*, 15(12), 758. <https://doi.org/10.3390/info15120758>

Kadang, B. A., Santoso, A. J., & Herlina. (n.d.). Analisis faktor kesuksesan fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan model DeLone dan McLean. *Jurnal Informatika Atma Jogja*, 4(2). <https://doi.org/10.24002/jiaj.v4i2.8051>

Kharisma, B. Surfing alone? The Internet and social capital: evidence from Indonesia. *Economic Structures* 11, 8 (2022). <https://doi.org/10.1186/s40008-022-00267-7>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Willey & Sons.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Kwirndhany, A., Suharyanto, & Magdalena, P. (2022). Information system analysis with Delone & McLean model approach on online services of Perbanas Institute library. *Management Research Studies Journal*, 3(1), April. <https://journal.perbanas.id/index.php/mrsj>

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson Education.

Liu, A. Z., Pincus, M., & Xu, S. X. (2023). *Enterprise system implementation and cash flow volatility*. Contemporary Accounting Research. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12872>

Leonardo, O. P., Solemnis, A., & Yanggah, M. E. (n.d.). Analisa penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran budaya dan sejarah Tiongkok: Studi kasus pada akun @Chinese_server. *Jurnal Pendidikan Bahasa Mandarin Universitas Widya Kartika Surabaya*.

Ma Y, Hu Y. Business Model Innovation and Experimentation in Transforming Economies: ByteDance and TikTok. *Management and Organization Review*. 2021;17(2):382-388. doi:10.1017/mor.2020.69

Malinda, F. (2024). Efek media terhadap sosialisasi: Menjelajahi peran televisi dan platform media baru. *Journal Syntax Idea*, 6(2). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3027>

Manurung, E. D., & Sisilia, K. (2024). Endorsement influencer, online customer review, dan perceived quality terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 554–565. <https://doi.org/10.29210/020243935>

Machali, I. (2021). Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mohd Nor, N. A. T., Foo Su Sien Mohd Firdaus, S. S., Mohd Ridhwan, N. M. N., Jamri, M. H., & Azmi, M. F. (2025). Analyzing TikTok's influence on youth political activism and social participation in Malaysia. *Jurnal Wacana Politik (JWP)*, 10(1), 33–40. <https://doi.org/10.24198/jwp.v10i1.56598>

Mufti Prasetyo, S., Gustiawan, R., Farhat, & Rizzel Albani, F. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan*

Multimedia (BIIKMA), 2(1), 65–71.

<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma/article/view/1032>

Muharyanto, C. O. (2023). *Analisis pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pengguna situs TikTok Shop dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada masyarakat Kota Semarang* (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung).

Najwa, M. M., Fauzi, H. K., & Perawati. (2024). Pengaruh Sosial Media TikTok terhadap Produktivitas Remaja di Indonesia. *Ilmu Hukum, Universitas Riau*. Volume 8, Nomor 3, Halaman 46494–46499.

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, F., .. Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. PT Nasya Expanding Management.

Nurangrani, A. S., Syamsir, Jumaita Ayu, A., Bunga Belia, C., Kartika, D., & Gussantina, D. (2025). Transformasi Budaya Digital: Pengaruh Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Remaja di Universitas Negeri Padang. *Jurnal ...*, 9(1), 4800–4809.

Parameswara, B. G., Liyah, L. N., Sania, N., & Ibrahim, A. (2021). Pemanfaatan aplikasi TikTok di masa pandemi Covid-19. *CEBONG Journal*, 1(1), 10–14. <https://plus62.isha.or.id/index.php/cebong>

Pakpahan, D. M. A. Br. (2023). Pengaruh kualitas informasi, sistem dan pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi berbasis mobile banking pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pematang Raya Simalungun (Skripsi, Universitas Medan Area). Repositori UMA. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19956>

Paschmann, J. W., Bruno, H. A., van Heerde, H. J., Völckner, F., & Klein, K. (2024). Driving Mobile App User Engagement Through Gamification. *Journal of Marketing Research*, 62(2), 249-273. <https://doi.org/10.1177/00222437241275927>

Pearlson, K. E., Saunders, C. S., & Galletta, D. F. (2016). *Managing and using information systems: A strategic approach* (6th ed.). John Wiley & Sons.

Perdana, A. A., Mujanto, H., & Pratiwi, R. M. (2025). Pengaruh Popularitas TikTok sebagai Media Pencarian Informasi terhadap Penurunan Penggunaan Google di Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 5(1), 230–236. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2722>

Pratama, E. A., Sukoharsono, E. G., & Rasyid, H. A. (2024). The effect of service quality and system quality on online registration application on user satisfaction with usage frequency as an intervening variable. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 32(1), April 2024.

Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas keterlibatan Gen Z dalam media sosial TikTok: Perspektif sosiokultural. *INTERCODE – Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 33–55.

Putri, P. P. S. S., & Setiawati, C. I. (2021). E-service quality, customer satisfaction, and repurchase intention: Analyzing the impact on e-commerce platform. *Journal of Applied Management (JAM)*, 19(4), 673–687.

Qin Y, Omar B and Musetti A (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Front. Psychol.* 13:932805. doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805

Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Informatika dan Hukum Administrasi Negara*, Universitas Sebelas Maret.

Rainer, R.K. and Prince, B. (2021) *Introduction to Information Systems*. John Wiley & Sons, Hoboken.

Ratnasari, D., & Yuniasanti, R. (2024). *Korelasi antara Kecanduan Internet dengan Kualitas Tidur pada Mahasiswa Rantau di Yogyakarta*. Prosiding Seminar Nasional Psikologi (SEMNASPSI), Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/SEMNASPSI/article/view/4193>

Restu Alam Pratiwi; Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality, Use dan User Satisfaction terhadap Net Benefit Menggunakan Model DeLone dan McLean pada Aplikasi SIMPONIS RSUD I. A. Moeis Samarinda; 2020.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen*. UIN KHAS Press.

Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ali, A. (2023). Analisis Aplikasi TikTok Berdasarkan Prinsip dan Paradigma Interaksi Manusia dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic. *JITET (Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3271>

Salsabila, S. P., Rifan, D. F., & Rosilawati, W. (2025). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Peningkatan *Customer Loyalty* dan *Customer Engagement* Pada Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Bisnis Islam. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 531–541.

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PLATFORM UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/683

Sari, J. A., & Diana, B. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>

Selly Mustika Dewi; Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap User Satisfaction pada Start-Up Magic Order di Bandung; 2022

Septiyani, N., Arsyi, M. R., & Putra, A. N. M. (2024). Peran Pratform TikTok dalam Membentuk Kreativitas dan Koneksi Positif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(7), 228–239.

Sharabati, A.-A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The impact of TikTok user satisfaction on continuous intention to use the application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 125.
<https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>

Setyawan, I. D. A. (2021). *Hipotesis dan variabel penelitian*. Penerbit Tahta Media.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta

Solomon, M. R. (2024). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson Education.

Susilowati, H. (2020). E-learning systems: System quality, information quality and service quality on user satisfaction. *Journal of Business and Management Review*, 1(3), 208–222. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.352020>

Statista (2024). Number of mobile internet users in Indonesia 2020-2029. <https://www.statista.com/statistics/558642/number-of-mobile-internet-user-in-indonesia/>

Statista (2025). Average daily time spent using various media and devices in Indonesia in 3rd quarter 2024, by activity. <https://www.statista.com/statistics/803524/daily-time-spent-using-online-media-by-activity-indonesia/>

Utomo, S. B., Risdwiyanto, A., & Judijanto, L. (2024). *Pemasaran digital: Strategi dan taktik*. PT Sanskara Karya Internasional.

van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents? *Telematics and Informatics Reports*, 11, 100087. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100087>

Valacich, J. S., Schneider, C., & Hashim, M. (2022). *Information systems today: Managing in the digital world* (9th ed.). Pearson.

Wang, Y. (2023). Research on the User Experience of Infinite Up-scrolling on Chinese Short Video Software Douyin. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 4, 954-960.

Wang, C., Gu, M., Wang, X., Ong, P. C., Luo, Q., & Li, Y. (2021). Research on the challenge of the new short video platform TikTok on the traditional internet social media Facebook. *Proceedings of the 2nd International Conference on the Frontiers of Innovative Economics and Management (FIEM 2021)*.

Wardhana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0* (2nd ed., Indonesian ed.). Eureka Media Aksara.

We are Social (2025). Indonesia Overview of Internet Use in February 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

William H. DeLone, & Ephraim R. McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

Yu-Min Wang, Chung-Lun Wei, Wen-Jing Chen & Yi-Shun Wang (2024) Revisiting the E-Learning Systems Success Model in the Post-COVID-19 Age: The

Role of Monitoring Quality, *International Journal of Human–Computer Interaction*, 40:18, 5087-5102, DOI: 10.1080/10447318.2023.2231278

Zair, I. O., Syobah, S. N., & Inayah, S. S. (2024). *Social Change in the Digitalization Era of Indonesian Consumerism on E-Commerce Platforms*. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.18995>

Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., & Putri, K. (n.d.). Peran media sosial sebagai saluran komunikasi digital dalam kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>