

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ana Sapitri, Anis Satun Nur Khoiriyah, Sintiawati Sintiawati, dan Riki Gana Suyatna, "Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen," *J. Bintang Manaj.*, vol. 2, no. 1, hal. 65–74, Jan 2024, doi: 10.55606/jubima.v2i1.2608.
- [2] Z. Sarita, I. B. Simbolon, F. F. Aritonang, dan L. M. Harahap, "Analisis Literatur Tentang Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia : Studi Kepustakaan," vol. 1, no. 1, hal. 2023–2026, 2025.
- [3] I. Ayu, D. Indriani, A. K. Fauzi, S. Wardah, dan A. Apriana, "Minat Mahasiswa Akuntansi Berwirausaha di Kota Mataram : Dampak Pemahaman E-Commerce , Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi," vol. 7, no. 2, 2025, doi: 10.32877/ef.v7i2.2637.
- [4] A. Zamfirache, N. Andreea, dan N. Anca, *Behavioural differences and purchasing experiences through online commerce or offline within mall - based retail structures*, vol. 25, no. 5. Springer US, 2025. doi: 10.1007/s10660-024-09879-6.
- [5] Zulfan Zulkarnaen Z dan Agus Hermawan, "Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital," *J. Rimba Ris. Ilmu Manaj. Bisnis dan Akuntansi*, vol. 3, no. 2, hal. 285–295, Mei 2025, doi: 10.61132/RIMBA.V3I2.1791.
- [6] M. Khoirurroziqin dan U. S. Pati, "TIKTOK DAN KONSUMERISME DIGITAL : STUDI PERILAKU," vol. 2, no. 2, hal. 49–60, 2024.
- [7] B. A. Iswenda, "Internasional Indonesia Jadi Negara dengan GMV TikTok Shop Terbesar Ke-2 di Dunia," *GoodStats*, 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://goodstats.id/article/indonesia-menjadi-negara-dengan-gmv-tiktok-shop-terbesar-kedua-di-dunia-ul0hi>.
- [8] Putri, "PENGARUH TIKTOK MARKETING DAN PACKAGING DESIGN TERHADAP BRAND RECOGNITION PRODUK SKINTIFIC DI KOTA PALOPO," 2025, [Daring]. Tersedia pada: [https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/11479/1/SKRIPSI\\_PUTRI.pdf](https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/11479/1/SKRIPSI_PUTRI.pdf)
- [9] B. E. Purnama, "Survei: 62 Persen Gen Z Pilih Belanja via Live Shopping," *Media Indonesia*, 2025. [Daring]. Tersedia pada: survei: 62 Persen Gen Z Pilih Belanja via Live Shopping
- [10] Septian, "TikTok Shop Kembali Dominasi Pasar Social Commerce di Pertengahan 2025," *KontrakHukum*, 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://kontrakhukum.com/article/tiktok-shop-kembali-dominasi-pasar-social-commerce-di-pertengahan-2025/>
- [11] M. Farhan, "Seberapa Sering Gen Z & Milenial Belanja Online?," *GoodStats*. [Daring]. Tersedia pada: <https://data.goodstats.id/statistic/seberapa-sering-gen-z-milenial-belanja-online-Lznda>
- [12] D. P. S. Ari dan L. Hanum, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WEBSITE DJP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN MODIFIKASI E GOVQUAL," *Profit J. Adminitrasi Bisnis*, vol. 15, no. 1, hal. 104–111, Feb 2021, doi: 10.21776/ub.profit.2021.015.01.11.
- [13] B. Setiadi, A. Risdwiyanto, A. Ady Bakri, I. Arief, dan S. Tinggi Penerbangan Aviassi, "The Application of Delone and Mclean Framework to Analyze the Relationship Between Customer Satisfaction and User Experience of Mobile Application," *J. Sistim Inf. dan Teknol.*, vol. 5, no. 1, hal. 84–89, Apr 2023, doi: 10.37034/jsisfotek.v5i1.207.
- [14] H. Abuhassna *et al.*, "Trends on Using the Technology Acceptance Model (TAM)

- for Online Learning: A Bibliometric and Content Analysis,” 2023, doi: 10.18178/ijiet.2023.13.1.1788.
- [15] Z. Niqotaini dan B. Budiman, “Analisis Penerimaan Google Classroom Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS),” *Sist. J. Sist. Inf.*, vol. 10, no. 3, hal. 637–661, Sep 2021, Diakses: 14 Februari 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://sistemasi.ftik.unisi.ac.id/index.php/stmsi/article/view/1376>
- [16] M. L. S. Yee dan M. S. Abdullah, “A Review of UTAUT and Extended Model as a Conceptual Framework in Education Research,” *J. Pendidik. Sains dan Matemaik Malaysia*, vol. 11, no. Sp, hal. 1–20, 2021, doi: 10.37134/jpsmm.vol11.sp.1.2021.
- [17] A. Kusumaningrum dan W. Meiranto, “ANALISIS METODE UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN E-COMMERCE DI KALANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS DIPONEGORO,” *Diponegoro J. Account.*, vol. 12, no. 3, hal. 1–14, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [18] D. Mainata, R. Septia, dan R. M. Giovani, “EXPLORING MOBILE BANKING ADOPTION IN INDONESIAN ISLAMIC BANKS: AN APPLICATION OF THE UTAUT2 MODEL,” vol. 5, no. June, hal. 60–77, 2025, doi: <https://doi.org/10.22515/jmif.v5i1.12193>.
- [19] H. Zheng, F. Han, Y. Huang, Y. Wu, dan X. Wu, “Factors influencing behavioral intention to use e-learning in higher education during the COVID-19 pandemic: A meta-analytic review based on the UTAUT2 model,” *Educ. Inf. Technol.*, vol. 30, no. 9, hal. 12015–12053, Jun 2025, doi: 10.1007/s10639-024-13299-2.
- [20] M. R. Pratama, A. S. Slamet, dan J. M. Munandar, “TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL IN TIKTOK SHOP ADOPTION,” *Indones. Interdiscip. J. Sharia Econ.*, vol. 7, no. 3, hal. 5553–5577, 2024, doi: <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i3.5528>.
- [21] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, dan X. Xu, “Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology,” *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 36, no. 1, hal. 157–178, 2012, doi: 10.2307/41410412.
- [22] D. P. Sinaga, A. Hutagaol, J. Silaban, dan S. Manullang, “Meninjau Kinerja Anggaran Pemerintah Kota Medan Menggunakan Pendekatan Value For Money,” vol. 4, no. 3, hal. 4995–5005, 2025.
- [23] I. D. Berutu dan P. R. Silalahi, “Digitalisasi Ekonomi Kota Medan : Peran E-Commerce dan Startup Lokal dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi,” vol. 30, hal. 106–118, 2024, doi: <https://doi.org/10.59725/ema.v30i1.183>.
- [24] E. Wulandary, M. Mas’ud, Arifin, dan M. Ashoer, “Pengaruh Kualitas Layanan Era Digitalisasi Media Pemasaran Online E-Commerce dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan,” *Cent. Econ. Students J.*, vol. 6, no. 1, hal. 44–59, Jan 2023, doi: 10.56750/csej.v6i1.568.
- [25] Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, “Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA),” *Digit. Bisnis J. Publ. Ilmu Manaj. dan E-Commerce*, vol. 2, no. 2, hal. 69–94, Mei 2023, doi: 10.30640/digital.v2i2.1057.
- [26] Kholidah Lidya Lubis, Lia Nazliana Nasution, dan Wahyu Indah Sari, “Pengaruh Penggunaan Transaksi Digital di Berbagai E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia,” *J. Publ. Ekon. dan Akunt.*, vol. 5, no. 3, hal. 315–322, Sep 2025, doi: 10.51903/jupea.v5i3.4329.

- [27] A. Utami, M. Irwan, dan P. Nasution, "Perkembangan Pasar Online ( E-Commerce ) Di Era Modern," *J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, hal. 126–132, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/article/view/280/260>
- [28] Y. Umarni, M. A. Aziz, dan Alhidayahtullah, "Analysis of The Influence of Social Commerce Tiktok Shop on Purchase Intention," 2024, Diakses: 29 Oktober 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://sinomicsjournal.com/index.php/sj/article/view/435/379>
- [29] A. A. N. Diah Ayu Wulandari, Bryan Storm Feryan Djie, "Peluang Social Commerce Melalui Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktok Shop Ditinjau Dari Aspek Legalitas", doi: 10.5281/ZENODO.12522453.
- [30] D. Haryati, U. Suhud, dan A. M. Sadat, "PENGARUH SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CONSUMER TRUST DAN REPURCHASE INTENTION PADA SOCIAL COMMERCE TIKTOK DI DKI JAKARTA: STUDI KASUS PADA PELANGGAN TIKTOK SHOP", doi: <https://doi.org/10.65096/pmb.v2i1.1041>.
- [31] A. N. Sa'adah, A. Rosma, dan D. Aulia, "PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, vol. 2, no. 5, hal. 131–140, Jun 2022, doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.176.
- [32] A. Supriyanto, K. Chickmah, Isnani Farichatul Salma, dan A. W. Tamara, "Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?", Diakses: 29 Oktober 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/43/16>
- [33] N. K. A. T. Dewi dan I. K. T. A. Putra, "EVALUASI USABILITY APLIKASI TIKTOK SHOP BERDASARKAN NIELSEN'S ATTRIBUTES OF USABILITY PADA KONSUMEN GENERASI Z DI INDONESIA", doi: <http://dx.doi.org/10.23960/jitet.v13i3S1.8059>.
- [34] W. Wibowo dan F. Ayuningtyas, "GENERASI Z SEBAGAI KONSUMEN MASA DEPAN: KARAKTERISTIK, PREFERENSI, DAN TANTANGAN BARU," *J. Penelit. Stud. Ilmu Komun.*, vol. 5, hal. 90–99, 2024, doi: <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2024.5.2>.
- [35] K. M. Andriyani dan M. Novia, "Analisis Karakteristik dan tantangan Baru Generasi Z," *J. Manaj. FE-UB*, vol. 13, no. 1, hal. 39–48, 2025.
- [36] V. Kumalasari dan S. Sumiyana, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Behavioral Intention untuk Menggunakan TikTok Shop Pada Gen-Z," *ABIS Account. Bus. Inf. Syst. J.*, vol. 12, no. 1, hal. 1, Mar 2024, doi: 10.22146/ABIS.V12I1.89298.
- [37] S. Harsono dan N. T. Haripraditya, "Perilaku belanja online dan niat beli pada generasi ' Z ' di Indonesia," 2022, doi: 10.14414/jbb.v12.
- [38] A. T. Suprpto, K. Yulianto, dan K. Kendrick, "Understanding Generation Z's Shopping Interest on E-Commerce 'T': The Role of Usefulness, Trust, User Interface, and Ease of Use in the Bekasi Area," *Binus Bus. Rev.*, vol. 16, no. 2, hal. 151–161, 2025, doi: 10.21512/bbr.v16i2.12796.
- [39] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, dan F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 27, no. 3, hal. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [40] P. N. Yuliani, N. W. S. Suprpti, I. G. J. A. W. K., dan P. S. Piartirini, "The Literature Review on UTAUT 2: Understanding Behavioral Intention and Use Behavior of Technology in the Digital Era," *Int. J. Soc. Sci. Bus.*, vol. 8, no. 2, hal. 208–222, Nov 2024, doi: 10.23887/ijssb.v8i2.77311.

- [41] S. Aminah, A. Aditya, dan Y. A. Kanthi, "The Role of UTAUT2 in Understanding Technology Adoption: A Study of the Merdeka Mengajar Platform Among Indonesian Teachers," *Teknika*, vol. 13, no. 3, hal. 460–470, Okt 2024, doi: 10.34148/teknika.v13i3.1082.
- [42] N. Pakaya dan R. Ladiku, "Mengukur Penerimaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Model UTAUT 2," *Jambura J. Informatics*, vol. 6, no. 1, hal. 64–74, Mei 2024, doi: 10.37905/JJI.V6I1.24735.
- [43] A. Meiriza dan R. Sawitri, "Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi Attribution-ShareAlike 4.0 International Some rights reserved Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC," *J. Nas. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 09, hal. 33, 2023.
- [44] B. Harimanto, B. Berlilana, dan A. S. Barkah, "Analysis of Technology Adoption Factors in Learning among Vocational Students using UTAUT2 Model," *J. Tek. Inform.*, vol. 6, no. 5, hal. 3468–3480, Okt 2025, doi: 10.52436/1.jutif.2025.6.5.4940.
- [45] A. Pratama, D. R. Amini, dan Amirah, "Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi Mobile Jkn Menggunakan Model Utaut2 Analysis of the Acceptance Factor of Mobile Jkn App Using," *Pros. Semin. SITASI*, no. November, 2021.
- [46] G. Firellsya, A. S. Kembau, D. Y. Bernanda, dan L. Christin, "Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Tren Belanja Online Wanita Gen-Z : Eksplorasi Faktor-Faktor di Balik Dominasi Wanita Gen-Z pada Platform Shopee Menggunakan Model UTAUT2," vol. 6, no. 2023, hal. 1–2, 2024, doi: 10.37034/infeb.v6i1.826.
- [47] F. Yang, L. Ren, dan C. Gu, "A study of college students' intention to use metaverse technology for basketball learning based on UTAUT2," *Heliyon*, vol. 8, no. 9, Sep 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e10562.
- [48] Sarmini, N. L. P. Pambayuan, dan N. P. Nurdewanti, "MENILAI NIAT PERILAKU MAHASISWA UNTUK MENGGUNAKAN ILIAS SEBAGAI PLATFORM PEMBELAJARAN DARING MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2," *SINTECH (Science Inf. Technol. J.*, vol. 4, Okt 2021, doi: <https://doi.org/10.31598>.
- [49] A. Prasetyo dan W. Nursandi, "Analisis Minat Pengguna Layanan Online Travel Agent (OTA) Pada Tiket.com di Indonesia Menggunakan Model Pendekatan Modifikasi UTAUT 2," *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 11, no. 1, hal. 36–54, Mei 2022, doi: 10.33059/jmk.v11i2.3432.
- [50] E. Melania, D. M. Kusumawardani, dan D. J. Kusuma, "Analisis Minat Dan Perilaku masyarakat Dalam Penggunaan E-Wallet Xyz Dengan UTAUT2," *JURIKOM (Jurnal Ris. Komputer)*, vol. 9, no. 4, hal. 1136, Agu 2022, doi: 10.30865/JURIKOM.V9I4.4701.
- [51] N. A. Hidayah, M. C. Utami, dan I. N. Rizki, "Behavioral Intentions of Generation Z and Millennial Users of Telemedicine: A UTAUT 2 Analysis from the Halodoc User Perspective," *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 6, no. 3, hal. 1373–1399, Sep 2024, doi: 10.51519/journalisi.v6i3.786.
- [52] N. Suci Desvira dan M. Fikry Aransyah, "Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 12, no. 2, hal. 178–191, Jun 2023, doi: 10.32736/sisfokom.v12i2.1594.
- [53] C. A. E. Rauf, M. R. Katili, dan Muthia, "EVALUASI PENERIMAAN PENGGUNA APLIKASI DIGITALISASI KELURAHAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2," *J. INSTEK (Informatika Sains dan Teknol.*, vol. 9, no. 2, hal. 262–271, Des 2024, doi: 10.24252/instek.v9i2.50023.
- [54] R. F. Armansyah, "HERD BEHAVIOR IN USING MOBILE PAYMENT WITH

# UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY

(UTAUT2),” *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 23, no. 2, hal. 111–128, Sep 2021, doi: 10.9744/jmk.23.2.111-128.

- [55] R. Firmansyah, Y. Fauziah, dan R. I. Perwira, “Analysis Of Factors Affecting Interest Kai Access Application Users Using Models Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2),” *Telematika*, vol. 20, no. 2, hal. 174, Jun 2023, doi: 10.31315/telematika.v20i2.8482.
- [56] D. Senshaw dan H. Twinomurizi, “The Moderating Effect of Gender on Adopting Digital Government Innovations in Ethiopia,” Agu 2021, Diakses: 19 April 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://arxiv.org/pdf/2108.09960>
- [57] Devi Fitriana dan Dedy Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Bank Digital SeaBank menggunakan Modifikasi UTAUT2 dengan Security, Privacy, dan Trust,” *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 12, no. 6, Des 2023, doi: 10.33022/ijcs.v12i6.3538.
- [58] Y. W. Saragih dan B. Rikumahu, “Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat,” *Nominal Barom. Ris. Akunt. dan Manaj.*, vol. 11, no. 1, hal. 98–121, Apr 2022, doi: 10.21831/nominal.v11i1.43075.
- [59] N. M. Merejok, S. F. A. K. Jailani, S. A. M. Ali, dan N. M. Yunus, “AI Integration in TVET: Examining Educators’ Behavioral Intentions and the Moderating Role of Experience,” *Inf. Manag. Bus. Rev.*, vol. 17, no. 2(I)S, hal. 404–414, Agu 2025, doi: 10.22610/imbr.v17i2(I)S.4617.
- [60] G. Khairani, R. G.-J. M. Manajemen, dan undefined 2020, “Analisis Adopsi Penggunaan Mobile Banking menggunakan Model UTAUT Modifikasi dengan Budaya sebagai Moderator di Kalimantan Timur,” *scholar.archive.org*, vol. 4, no. 7, hal. 1025–1035, 2020, Diakses: 20 April 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://scholar.archive.org/work/f6c6rwobl5bupml53xop47mi2m/access/wayback/http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/download/420/380>
- [61] H. Syahrizal, Ms. Jailani Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Hasan Syahrizal, Ms. Jailani, S. Auliaurasyidin Tembilahan Riau, dan U. Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, “Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif,” *QOSIM J. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 1, no. 1, hal. 13–23, Mei 2023, doi: 10.61104/jq.v1i1.49.
- [62] M. H. Setiawan, R. Komarudin, dan D. N. Kholifah, “Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace,” *J. Infotech*, vol. 4, no. 2, hal. 139–147, Des 2022, doi: 10.31294/INFORTECH.V4I2.13913.
- [63] G. Dash dan J. Paul, “CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting,” *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 173, no. 4, hal. 121092, Des 2021, doi: 10.1016/j.techfore.2021.121092.
- [64] A. Nur, S. Fatihanisya, dan S. D. Purnamasari, “Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2) Terhadap Perilaku Pelanggan E-Commerce Shopee Indonesia Di Kota Palembang,” *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 3, no. 2, hal. 392–417, Jun 2021, doi: 10.33557/JOURNALISI.V3I2.143.
- [65] J. H. Cheah, R. Thurasamy, M. A. Memon, F. Chuah, dan H. Ting, “Multigroup analysis using smartpls: Step-by-step guidelines for business research,” *Asian J. Bus. Res.*, vol. 10, no. 3, hal. I–XIX, 2020, doi: 10.14707/ajbr.200087.
- [66] M. A. Bujang, E. D. Omar, D. H. P. Foo, dan Y. K. Hon, “Sample size determination for conducting a pilot study to assess reliability of a questionnaire,” *Restor. Dent. Endod.*, vol. 49, no. 1, Feb 2024, doi: 10.5395/RDE.2024.49.E3.