

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., Hermansyur, H. M., Program, T., Manajemen, S., & Bisnis, F. E. (2019). Perlunya Inovasi, Kreativitas dan Pemasaran *Online* dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Penjahit Keriahen. *Jurnal Prioritas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.35447/prioritas.v1i01.146>.
- Affandi, D., & Wijayani, I. (2022). *Social Media As Self Existence In Students Using Tiktok Applications*. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(3), 300–311. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i3.2108>.
- Ainun, A. N. A., Syam, A., Poddala, P., & Astuti, W. (2023). Pengaruh *Business Trend E-Commerce* dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Milenial. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 210–218. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.724>.
- Alvi Nabilah, Salsabilla Ronardi, Queen Shakira Azzahra, Fitrah Maharani, & Siti Rodiah. (2024). Pengaruh *E-Commerce*, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ilmu Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Berwirausaha. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 348–358. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i2.2800>.
- Ananda Kharisma, D., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh Aplikasi TikTok Shop terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FEBI UINSU). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 22–31. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i1.341>.
- Ariefiyanto, Y. R. (2023). Interaksi *Online* dalam Mendukung Popularitas : Studi Literasi Ujaran Kebencian Analisis Akun Selebgram Denise. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, 1. <https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2389>.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Management Review*, 5(1), 621–631. <https://doi.org/10.25157/mr.v5i1.5137>.
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi dan Kolaborasi dalam Era Komunikasi *Digital*. *Jurnal Publik Reform UNDHAR Medan*, 1, 29–38. <https://doi.org/10.46576/jpr.v8i1.1470>.
- Batsyeba, V., Wahono, P., & Firdausi Rachmadania, R. (2024). *Efforts to Increase Economic Students' Entrepreneurial Interest through Tiktok as an E-Commerce Tool and Entrepreneurship Knowledge*. *Neraca : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 114–128. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/2929>.
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Clara, N., & Beni, S. (2023). *Online Shop* Sebagai Sarana Berbelanja Masyarakat Masa Kini. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 15–19. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v14i1.2918>.

- Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6367–6387. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i10.p25>.
- Dewi, H. M., & Sulistiyowati, P. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Beranda Kali di Boja Kendal. *Jurnal Mahasiswa*, 5(4), 97–108. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v5i3>.
- Fahmi. (2021). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Gangel, M. J., Keane, S. P., Calkins, S. D., Shanahan, L., & O'Brien, M. (2017). *The Association Between Relational Aggression and Perceived Popularity in Early Adolescence : A Test of Competing Hypotheses*. *Journal of Early Adolescence*, 37(8), 1078–1092. <https://doi.org/10.1177/02724316166642327>.
- Ghozali. (2020). *Structural Equation Modelling : Metode Alternatif dengan Partial Left Square (PLS)* (2nd ed., Vol. 1). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18(2), 133–151. <https://dx.doi.org/10.21831/jep.v18i2.41027>.
- Hafidhah, Arifin, M., & Herli, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu Journal of Scientific Information and Educational Creativity*, 21(1), 1–17. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/serambi-ilmu/article/view/1786>.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.
- Hardiyanto, M. R. P., Pahlevi, G., & Nugroho, M. F. (2023). Pengaruh Fitur-fitur Aplikasi Duolingo terhadap Popularitasnya. *Jurnal Sains, Nalar dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.20885/snati.v3i1.28>.
- Haryanto, D., Alawiah, E. T., Yunandar, R. T., & Apriyani, H. (2023). Pelatihan *Digital Marketing* dengan Aplikasi TikTok Shop untuk Anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 335–340. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.185>.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah COVID-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cm.v5i2.1278>.
- Herlina. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Hilmania, H., Fadillah, I., & Fitriyasaki, A. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

- STIE IBMT Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*, 1(7). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10724433>.
- Hutagalung, & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Sleman : Deepublish.
- Ibrahim, Putu, & sari. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)*. Jambi : Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk *Fast Fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>.
- Irvan, M., & Tato, Mudatsir. S. (2022). Pengaruh Motivasi, Kreatifitas dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Mujahidin Tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(3). <https://ejournal-rmg.org/index.php/EBMJ/article/view/37>.
- Jalaludin, E., Madjina, N., Fajrina Rizka, Camilla, N., Rinaldi, R., & Fadillah, F. (2023). Penyuluhan Optimasi TikTok Shop bagi Pelaku Ukm di Kelurahan Ulujami. *Bisma : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 51–57. <https://doi.org/10.61159/bisma.v1i1.71>.
- Junaidi, P., Banjarmasin, U., Arsyad, M., & Banjarmasin, A.-B. (2019). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 231–249. <https://stienas-y pb.ac.id/jurnal/index.php/jdeb/article/view/197>.
- Kotler, P. (2018). *Strategi Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Vol. 4). Medan : Salemba.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14th ed.). Jakarta : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London : Pearson Education.
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/3533>.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Lubuk Pakam : Khalifah Mediatama.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Jurnal Sosial Dan Humonaria*, 2(1). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/71>.
- Maisan, I., & Nuringsih, K. (2021). Pengaruh Inovasi, *E-Commerce* dan Gender terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 731–741. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13157>.

- Makmur, & Thahier, R. (2015). *Inovasi dan Kreativitas Manusia*. Bandung : Refika Aditama.
- Meiriza, A., & Sawitri, R. (2023). Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop Berdasarkan Model UTAUT2 Dan SCC. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v9i1.2023.33-44>.
- Minarni, & Oetama, S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Sampit (Studi Kasus Pengguna Tik-Tok Shop). *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(1). <https://jurnal.stie-sampit.ac.id/index.php/Ojs/article/view/172>.
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. (2022). Pengaruh *E-Service Quality*, Kesadaran Merek, Kepercayaan, *Word Of Mouth* dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan TikTok Shop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2). <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.471>.
- Murtiningsih, S. (2019). Analisis Aplikasi Sistem *Online Shop (Olshop)* dalam Upaya Pengembangan Strategi Promosi dengan Pendekatan Metode *Business Model Canvas (BMC)* pada Toko Baju Jelita Kudus. IAIN Kudus.
- Mutia, E. (2023). Pengaruh Efikasi Diri (*Self Efficacy*) terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kampar Timur. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nadine, G., & Junaidi, A. (2023). Analisis *#DanceChallenge* terhadap Popularitas Grup K-Pop Stray Kids pada Kalangan Generasi Z di Jakarta. *Koneksi*, 7(2), 325–334. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i2.21381>.
- Nasrullah. (2017). *Media Sosial : Perspektif komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Jurnal Raudhah*, 5(2), 1–9. <https://dx.doi.org/10.30829/raudhah.v5i2.182>.
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 953–961. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13437>.
- Nurhadifah, S. N., & Sukanti. (2018). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, XVI(2), 82–98. <https://dx.doi.org/10.21831/jpai.v16i2.22055>.
- Nurjannah, F. (2020). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. *IAIN Metr*. IAIN.
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(1), 35–46. <https://dx.doi.org/10.36080/js.v18i1.1040>.

- Prihartono, & Ali. (2020). *The Promises Ethics and Marketing Concept Strategy as A Competitive Advantage on Private Higher Education (A Survey on Perception of Product Attributes and Promotion Mix in Indonesia)*. *Talent Development and Excellence*.
- Putri, D. K., Satoto, E. B., & Wibowo, Y. G. (2024). Pengaruh Inovasi, Motivasi, Lingkungan Keluarga serta Keberanian Mengambil Risiko terhadap Minat Berwirausaha. *Master : Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapam*, 4(1), 1–8. <https://dx.doi.org/10.30595/jmbt.v4i1.21262>.
- Putri, S. A. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 1599–1603. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/716>.
- Rahma, T., Sari, T., & Subroto, W. T. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi, E-Commerce, Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 2540–9247. <http://ejournal.unikama.ac.idHal|149>.
- Rahmadi, A. N., & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri. *Jurnal Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 1(2). <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.13>.
- Ritonga, S. R., Anggraini, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa dalam Bisnis Islam melalui Motivasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2269–2280. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5874>.
- Rozaini, N., & Sari, H. N. (2021). Pengaruh *Online Shop* dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan. *Jurnal NIAGAWAN*, 10(1), 102–108. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.23664>.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z terhadap Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok. *Transekonomika : Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>.
- Sari, A. C. (2015). Perilaku Berbelanja *Online* di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Journal Unair*, IV(2), 205–216. <https://journal.unair.ac.id/AUN@perilaku--berbelanja-online-di-kalangan-mahasiswi-antropologi-universitas-airlangga-article-8924-media-134-category-8.html>.
- Sari, R., Hasanah, M., Ulfah Marya & Jannah Fathul. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD melalui Mata Kuliah Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 398–406. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.399>.
- Siyoto & Sidik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

- Sudarsono. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember : Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Sleman : Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD* (1st ed.). Bandung : Alfabeta.
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD* (7th ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sullistianti, R., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen *Online Shop* di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z pada *Online Shop Smilegoddess* di Media Sosial Tiktok). *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 3456–3466. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2605>.
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K. & Tamara, A. W. (2023). Penjualan melalui Tiktok Shop dan Shopee : Menguntungkan yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1). <https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/43>.
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK dan R&D*. Surakarta : Fairus Media.
- Sutirna. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Sleman : Deepublish.
- Swarjana. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Sleman : ANDI (Anggota IKAPI).
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 77–93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>.
- Yulianto, Achmad, & Nur. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang : Polinema Press.
- Yusuf, & Daris. (2018). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor : IPB Press.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok : Forum Pemuda Aswaja.