

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI PVN SHOES DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA E-COMMERCE  
TIKTOK**

**(Studi Pada Pengguna E-Commerce Tiktok di Wilayah Surabaya)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**AGNES DWI RAHAYU**

**NIM: 08010320002**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Agnes Dwi Rahayu (08010320002), Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ke tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dan akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 19 Februari 2024



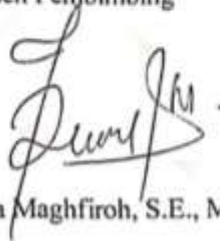
Agnes Dwi Rahayu  
NIM. 08010320002

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 16 Februari 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing



Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.

NIP. 198612132019032009

# LEMBAR PENGESAHAN

## PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI PVN SHOES DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA E-COMMERCE TIKTOK

(Studi Pada Pengguna E-Commerce Tiktok di Wilayah Surabaya)

Oleh :

Agnes Dwi Rahayu

NIM: 08010320002

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 1 Maret 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

### Susunan Dewan Penguji

1. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.  
NIP. 198612132019032009  
(Penguji 1)
2. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM  
NIP. 199305032019032020  
(Penguji 2)
3. Deasy Tantriana, MM.  
NIP. 198312282011012009  
(Penguji 3)
4. Riska Agustin S.Si., M.SM  
NIP. 199308172020122024  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan

.....  
.....  
.....  
.....

Surabaya, 1 Maret 2024



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001 ✓

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

## KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AGNES DWI RAHAYU  
NIM : 08010320002  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN  
E-mail address : agnesdwirahayu816@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI PVN  
SHOES DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PENGUNA E-COMMERCE TIKTOK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 April 2024  
Penulis

(Agnes Dwi Rahayu)

## ABSTRAK

Penelitian kuantitatif skripsi ini berjudul "**Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli PVN Shoes dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Pengguna E-Commerce Tiktok Wilayah Surabaya**" bertujuan untuk menganalisis secara parsial pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli. Selain itu, penelitian ini juga kepercayaan sebagai variabel intervening.

Penelitian kuantitatif ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer berasal dari kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, website, dan buku. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Melalui perhitungan, jumlah sampel yang digunakan adalah 120 pengguna *e-commerce* tiktok di wilayah Surabaya dan pernah melihat konten @pvnshoes. Partial Least Square (PLS) versi 3.2.9 dari *Analysis Structural Equation Modelling* (SEM) digunakan untuk menguji instrumen dan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian pada pengguna *e-commerce* tiktok di wilayah Surabaya menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap minat beli, kreativitas berpengaruh terhadap kepercayaan, inovasi produk berpengaruh terhadap kepercayaan, inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat beli, kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli, kreativitas berpengaruh terhadap minat beli dengan kepercayaan, serta inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli dengan kepercayaan.

Saran pada penelitian ini yang dapat disampaikan penulis bagi perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kekuatan dari variabel kreativitas dan inovasi produk dalam mempengaruhi minat beli PVN Shoes. Sedangkan saran bagi peneliti selanjutnya apabila akan melakukan penelitian yang sejenis, diharapkan dapat melakukan observasi dan eksplorasi lebih dalam tentang variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli suatu produk, sehingga dapat menemukan hasil penelitian baru yang dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

**Kata Kunci:** Kreativitas, Inovasi Produk, Minat Beli dan Kepercayaan

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Praktis.....	15
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	16
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Minat Beli.....	18
2.1.1 Pengertian Minat Beli .....	18
2.1.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Minat Beli .....	18

2.1.3 Indikator Minat Beli .....	20
2.2 Kepercayaan .....	21
2.2.1 Pengertian Kepercayaan .....	21
2.2.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepercayaan .....	22
2.2.3 Indikator Kepercayaan .....	22
2.3 Inovasi Produk .....	23
2.3.1 Pengertian Inovasi .....	23
2.3.2 Pengertian Inovasi Produk .....	24
2.3.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi Inovasi Produk .....	25
2.3.4 Indikator Inovasi Produk .....	27
2.4 Kreativitas .....	28
2.4.1 Pengertian Kreativitas .....	28
2.4.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Kreativitas .....	29
2.4.3 Indikator Kreativitas .....	30
2.5 Penelitian Terdahulu .....	32
2.6 Kerangka Konseptual .....	40
2.7 Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel .....	41
2.7.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Beli .....	41
2.7.2 Pengaruh Kreativitas Terhadap Kepercayaan .....	42
2.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan .....	43
2.7.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli .....	44
2.7.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli .....	45
2.7.6 Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan .....	47
2.7.7 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan .....	48
BAB III .....	50
METODOLOGI PENELITIAN .....	50
3.1 Jenis Penelitian .....	50



3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel .....	51
3.4 Variabel Penelitian .....	53
3.5 Definisi Operasional.....	54
3.6 Data dan Sumber Data.....	55
3.6.1 Data.....	55
3.6.2 Sumber Data .....	55
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.8 Teknik Analisis Data.....	57
3.8.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	58
3.8.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	59
BAB IV .....	62
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Profil Perusahaan PT Jaya Sukses Internasional .....	62
4.1.2 Visi dan Misi PT Jaya Sukses Internasional .....	62
4.1.3 PVN Shoes.....	63
4.1.4 Kategori Konten Tiktok dan Koleksi PVN Shoes.....	64
4.2 Karakteristik Responden .....	70
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	71
4.2.2 Tempat Tinggal Responden.....	71
4.2.3 Usia Responden .....	72
4.2.4 Pekerjaan.....	73
4.2.5 Hasil Jawaban Responden .....	74
4.3 Evaluasi Model.....	76

4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	77
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	83
4.4 Pembahasan .....	92
4.4.1 Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Beli.....	92
4.4.2 Pengaruh Kreativitas terhadap Kepercayaan .....	95
4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepercayaan .....	97
4.4.4 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli.....	100
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat beli .....	103
4.4.6 Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan .....	106
4.4.7 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat beli dengan Kepercayaan .....	109
BAB V.....	112
SIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Pengikut Brand Sepatu Lokal di Tiktok.....	4
Tabel 1. 2 Kreativitas di Tiktok @pvnshoes.....	7
Tabel 1. 3 Keunggulan PVN Shoes .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	54
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	57
Tabel 4. 1 hasil Perolehan Penyebaran Kuesioner.....	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	72
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kreativitas .....	74
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Inovasi Produk.....	75
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Minat Beli.....	75
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan .....	76
Tabel 4. 10 Hasil Validitas Konvergen berdasarkan loading factor.....	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Konvergen berdasarkan AVE .....	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	81
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji Q-Square.....	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Output Bootstrapping .....	86
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Output Bootstrapping .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data E-Commerce Tiktok di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Unduhan dan Ulasan Tiktok Shop.....	3
Gambar 1. 3 Tampilan Profil Tiktok PVN Shoes.....	5
Gambar 1. 4 Tampilan kepercayaan pengguna e-commerce tiktok kepada PVN Shoes.....	6
Gambar 1. 5 Bentuk Video Konten PVN Shoes yang diunggah di Aplikasi Tiktok .....	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	40
Gambar 4. 1 Logo PVN Shoes.....	63
Gambar 4. 2 Kreativitas Konten Tiktok PVN Shoes .....	65
Gambar 4. 3 Koleksi PVN Shoes.....	68
Gambar 4. 4 Model Struktural .....	77
Gambar 4. 5 Output Calculate Algorithm.....	78
Gambar 4. 6 Output Bootstrapping.....	91



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti .....	123
Lampiran 2 Kuesioner.....	125
Lampiran 3 Tabulasi Pilot Study Data Responden.....	129
Lampiran 4 Hasil Pilot Study Olah Data Smart PLS Versi 3.2.9 .....	130
Lampiran 5 Tabulasi data Responden Olah Data Smart PLS Versi 3.2.9 .....	132
Lampiran 6 Hasil Olah Data Smart PLS Versi 3.2.9 .....	137



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Hartono. 2015. "Realibilitas." *Jurnal Manajemen*.
- Abdillah W & Hartono J. 2015. "Model Pengukuran." *Jurnal Manajemen*.
- . 2019. "Smart Pls." *Jurnal Manajemen 2*: 1–40.
- Amalia Yunia Rahmawati. 2020. "Analisis Kepercayaan Terhadap Politisi." (July): 1–23.
- Amrullah, Apip Et Al. 2020. "Strategi Social Media Marketing Dari Daffa Hijab Melalui Aplikasi Tiktok." *Https://Medium.Com/* 4(3): 248–53.  
*Https://Medium.Com/@Arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf%0ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Biteb.2021.100642.*
- Anwar, Rosian, And Wijaya Adidarma. 2016. "Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya* 14: 2.
- Arya Pering. 2020. "Validity."
- Asvin, Ismi Et Al. 2023. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Pvn Pada Aplikasi Tik Tok." *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper Stie Widya Wiwaha* 1: 60–79.
- Ayu Azhari, Endro Tjahjono Dan Awin Mulyati. 2020. "Pengaruh Kreativitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kaos Nevada (Study Kasus Di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya)." : 282.
- Carlina, Gita, And Sri Ekowati. 2022. "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Bakso O'boss Di Kota Bengkulu." *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10(2): 599–608.
- Crystallography, X-Ray Diffraction. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli." : 1–23.
- Daeli, Hans Fanolo Kristian. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli

Smartphone Dengan Consumer Innovativeness Sebagai Variabel Moderasi.”  
*Issn: 2338-123 X 3(2): 165–71. <https://Online-Journal.Unja.Ac.Id/Digest/Article/View/6700>.*

Desi Setiawati. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup Digital, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Intensitas Belanja Online Pada Tiktok Shop.” : 31–41.

Dimiyati, Mohamad, And Moehammad Fathorrazi Agus Priyono. 2010. “Pengaruh Teoritis Kualitas Layanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Debitur Kredit Mikro Dan Kecil Di Kabupaten Jember.” (December): 2009–10.

Erlina, Lita. 2023. “Terhadap Minat Beli Online Di Tiktok Shop Berdasarkan Perspektif Etika.”

Faradila, Rr. Selli Nisrina, And Harry Soesanto. 2016. “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko Online Berrybenka.Com Di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro).” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 13(2): 149.

Fernanda, Riko Et Al. 2023. *Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Modal Terhadap Minat Berwirausaha.*

Ghozali & Latan. 2014. “Realibilitas.”

Görlich, Yvonne. 2023. “Development Of Creative Process Assessment Scale (Cpas).” *Journal Of Creativity* 33(1): 100042.

Gustiarini, Endah, And Sri Ekowati. 2021. “Pengaruh Harga, Kreativitas, Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Sheren Hijab Bengkulu).” *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)* 2(2): 181–88.

Hair Et Al. 2010. “Multivariate Data Analysis. 7th Edition. New Jersey : Pearson Education Inc.”

- Halimah, Siti Nur. 2021. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada Distro Plaza Parahiyangan Kota Bandung).” : 17–37.
- Hasibuan, Desmawaty, Muhammad Irwansyah Hasibuan, And Junaidi Mustapa Harahap. 2021. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat.” *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen* 3(1): 1–5.  
<https://ejournal.univalabuhanbatu.ac.id/index.php/kapital/index>.
- Ilhamsyah, Farhan, Rudi Ginting, And Andy Setiawan. 2020. “Prosiding Biema.” *Business Management, Economic, And Accounting National Seminar* 1(1): 1059–76.
- Inspirasi Bisnis. 2022. “Tiktok Yang Kreatif Untuk Membangun Bisnismu.” *July 13, 2022*: 1. <https://store.sirclo.com/blog/ide-konten-tiktok/>.
- Japarianto, Edwin, And Stephanie Adelia. 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.
- Jehosua, Querine H. G., Tinneke M. Tumbel, And Olivia F. C Walangitan. 2022. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Thrift By Quer.” *Productivity* 3(5): 458–64.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/44956>.
- Julia, Dinda Dwi. 2023. “Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Usaha Chill Bill & Platters ).”
- Jungang, Wang. 2023. “The Effect Of Product Innovation And Product Variations On Consumer Buying Interest.” *Siber International Journal Of Digital Business (Sijdb)* 1(1): 25–33.
- Katampanan, Soma Edy. 2022. “Jurnal Bisnis Kolega ( Jbk ) Jurnal Bisnis Kolega



( Jbk ).” 8(2): 84–110.

Kommers, Piet. 2023. *Integral Teaching Of Creativity And Graphic Design In Non-And Graphic Design In Non-Formal Education Methodology For Youth Trainers*.

Kompasiana Logo. 2023. “Yuk Intip! Rahasia ‘Pvn Shoes’ Brand Sepatu Korea Kekinian Yang Jadi Incaran Anak Muda Konten Ini Telah Tayang Di Kompasiana.Com Dengan Judul ‘Yuk Intip! Rahasia “Pvn Shoes” Brand Sepatu Korea Kekinian Yang Jadi Incaran Anak Muda’, Klik Untuk Baca: Htpps:” 27 Januari 2023: 2.  
[https://www.kompasiana.com/Zerlindaputri/63d3427e08a8b5313a3eee22/Yuk-Intip-Rahasia-Pvn-Shoes-Brand-Sepatu-Korea-Kekinian-Yang-Jadi-Incaran-Anak-Muda?Page=1&Page\\_Images=1](https://www.kompasiana.com/Zerlindaputri/63d3427e08a8b5313a3eee22/Yuk-Intip-Rahasia-Pvn-Shoes-Brand-Sepatu-Korea-Kekinian-Yang-Jadi-Incaran-Anak-Muda?Page=1&Page_Images=1).

Kotler & Keller. 2014. 1 Edisi Millenium, Jilid 1 *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.  
<https://doi.org/10.9744/jmk>.

Kotler, Philip. 2010. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, And Control*. 12th Ed. E. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kristian, Dana, And Abdul Gofur. 2022. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Dipademangan Jakarta Utara).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 106(1): 106–15.

Kumparan Bisnis. 2023. “E-Commerce Di Indonesia.”  
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/market-share-e-commerce-di-indonesia-shopee-36-tokopedia-35-tiktok-5-21gs0ajhcvx/1>.

Laely, Nur. 2016. “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada Pt. Telkomsel Di Kota Kediri.” *Jmm17* 3(02).

Mahmud, Awin Mulyati, And Rachmawati Novaria. 2022. “Pengaruh Kreativitas Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cafe Wisata

- Kapal Jodoh Pamekasan Madura.” *Jurnal Bisnis* 02(03): 77–84.
- Mudzakir, Salsabila. 2022. “Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop.” (8.5.2017): 2003–5.
- Muhajirin, Muhajirin, And Kamaluddin Kamaluddin. 2019. “Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Umkm Tenun Gedogan Kota Bima).” *Jmm Unram - Master Of Management Journal* 8(4): 407–18.
- Mulyani, Natasya, And Murwanto Sigit. 2023. “Analisis Pengaruh Konten Pemasaran Tiktok Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Niat Beli Konsumen: Studi Kasus Pada Produk Fashion.” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 02(04): 203–14.  
<https://journal.uin.ac.id/Selma/Index>.
- Na, D E Condua, And Crise Hipertensiva. “Perilaku Konsumen.”
- Noor, J. 2011. “Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Kencana.”
- Novitasari, T N, And S P Setyawati. 2023. “Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri.” *Prosiding Semdikjar ...* (September): 314–21.  
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/view/3667>  
[%0ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/download/3667/2438](https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/download/3667/2438).
- Nur Afifah Ramadhani. 2022. “Pengaruh Variasi Produk Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Produk Wardah Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” : 2–3.
- Nurhayani, Mega. 2021. *Strategi Optimalisasi Konten Website Hijup.Com Sebagai E-Commerce Busana Muslim*.
- Pratama, Oryza Sativa Adi, And Sri Ekowati. 2021. “The Influence Of Innovation

And Creativity Traders On Consumer's Repurchasing Interest In Merasi Stir-Fried Noodles Bengkulu City." *Bima Journal (Business, Management, & Accounting Journal)* 2(1): 67–82.

Pratiwi, Duwi, Ati Hermawati, And Dewi Kurniawati. 2023. "Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktoshop." *Jimp : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila* 3(1): 1–11.

Produksi, Bagian, PadaPt, Mazuma Agro, And Muhammad Novrizal Adlani. 2021. "Produktivitas Tenaga Kerja Karyawan Skripsi Oleh: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Ole."

Putra, Afriansyah. 2022. "Pengaruh Harga, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Minat Beli Pada Pelaku Ukm Di Kabupaten Bayuasin." *Remik* 6(4): 987–95.

Putri, Melia, Caska Caska, And Hardisem Syabrus. 2022. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 19(1): 13–26.

Raharja, Gadang, Ibn Udayana, And Putri Dwi Cahyani. 2022. "As An Intervening Variable Trust, The Influence Of Functional Value, Social Value, And Emotional Value On Purchase Intention." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4(4): 1134–51.

Ramadhanty, Firda. 2022. "Pengaruh Live Shopping Tiktok... (Firda Ramadhanty, Fitriana)." : 1–16.

Reza, Veni Et Al. 2020. "Pengaruh Citraa Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Surabaya Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Bussiness Law Binus* 7(2): 33–48.  
[Http://Repository.Radenintan.Ac.Id/11375/1/Perpus](http://Repository.Radenintan.Ac.Id/11375/1/Perpus)  
[Pusat.Pdf%0ahttp://Business-Law.Binus.Ac.Id/2015/10/08/Pariwisata-](http://Repository.Radenintan.Ac.Id/11375/1/Perpus)

Syariah/<https://Www.Ptonline.Com/Articles/How-To-Get-Better-Mfi-Results><https://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Kiat/Article/View/8839>.

Risa Novitasari. 2002. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fitur Tiktok Shop.”

Riskyawan Andi Wijaya. 2021. “Minat Beli Smartphone ( Study Empiris Pada Smartphone Merek Oppo ).”

Rohmatulloh, Cincin, Devilia Sari, And Universitas Telkom. 2021. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee.”

Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, And Kadek Rai Suwena. 2019. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11(1): 318.

Rosyanti, And Agus Irianto. 2019. “Ecogen Jurusan Pendidikan Ekonomi , Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Padang Ecogen Volume 2 , Nomor 3 , 5 September 2019.” *Ecogen* 2(September): 338–50.

Sabol, Misty A., And And Bradley G. Winton. 2022. “Examining The Impacts Of Trust And Creativity On Innovation Focused Promotive Voice.” *International Journal Of Innovation Management* Vol. 26, N. [https://Scholar.Google.Com/Scholar?Q=Examining The Impacts Of Trust And Creativity On Innovation Focused Promotive Voice](https://Scholar.Google.Com/Scholar?Q=Examining+The+Impacts+Of+Trust+And+Creativity+On+Innovation+Focused+Promotive+Voice).

Sari, Saidah Putri. 2020. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1): 147.

Simbolon, Parri Sujodi, And I Made Sukresna. 2021. “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Konsumen Rokok Gudang Garam Di Kota Semarang).” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 18(2): 39–48. <https://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo/Article/View/39181>.

- Sinaga, Sarman, Jonner Lumban Gaol, And Reza Nurul Ichsan. 2021. "The Effect Of Product Innovation On Consumer Interest In The Purchase Of Bottled Tea Products At Pt. Sinar Sosro Medan." *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences* 4(1): 1361–67.
- Siti Viona. 2021. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Tekat Tiga Dara Di Kota Pekanbaru."
- Sofayn Yamin & Kurniawan. 2011. "Inner Model."
- Sondari, Dewi, M. Syamsul Maarif, And Yandra Arkeman. 2013. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Nanoenkapsulasi Ekstrak Pegagan Sebagai Sediaan Untuk Mengatasi Selulit." *Jurnal Teknik Industri* 3(1).
- Stei Indonesia. 2017. "Bab Iii Metoda Penelitian 3.1." *Bab Iii Metoda Penelitian Bab Iii Me*: 1–9.
- Subagja, Iwan Kurniawan. 2021. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 9(1).
- Sugiarto. 2016. "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan." 4(1): 1–23.
- Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke). Penerbit Alfabeta."
- Sugiyono. 2016. "Pengertian Sampel." 2: 67.
- . 2018. "Pengertian Populasi & Sampel." *Asik Belajar*. <https://www.asikbelajar.com/pengertian-populasi-sampel-menurut-sugiyono/>.
- Sukmawati, Ria, And M. Irfan Tarmizi. 2022. "Pengaruh Inovasi Melalui Media Online Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, Dan Kepuasan Pelanggan." *Tjyybjb.Ac.Cn* 27(2): 58–66.

[Http://117.74.115.107/Index.Php/Jemasi/Article/View/537](http://117.74.115.107/Index.Php/Jemasi/Article/View/537).

Susanto, Daniel. 2021. "Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok." : 6.

Syarifah, Eka, And Karyaningsih Karyaningsih. 2021. "Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada." *Economics And Digital Business Review* 2(2): 222–31.

Tjiptono, F. 2015. 14 Makalah Ilmiah Ekonomika *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, P.

Tusanputri, Alyasinta Viela, And Amron. 2021. "Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop." *Journal Feb Unmul* Vol. 23(4): Hlm. 632-639.

Uma Sekawan Dalam Sugiono. 2020. "Pengertian Kerangka Berpikir."

Vo, Tho Phuoc, Mai Dong Tran, And Thi Minh Chau Ly. 2022. "The Relationship Between New Product Creativity Components And Purchase Intention And The Mediating Impact Of Perceived Values: A Study Of Consumers In Ho Chi Minh City." *Cogent Business And Management* 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2112357>.

Www.Nsd.Co.Id. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas." <https://www.psychologymania.com/2012/07/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>.

Yulius, Yosandi. 2021. "Manajemen Kreatif Dan Inovatif Disusun Oleh Dr . Yosandi Yulius , Mm Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upi Y . A . I." *Modul*: 1–36.

Yuniarta, Amanda. 2023. "Minat Konsumen Membeli Produk Online Melalui Tik Tok Shop Ditinjau Dari." *Journal Of Student Research* 1(3): 39–47.

Zayyan, Syafika, And Saino. 2021. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan." *Jurnal Manajemen* Vol 13(No 2): 282–91.