

DAFTAR RUJUKAN

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt . Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1).
- Alfian, M. R., Saputra, S., & Azarkasyi, B. (2025). Penerapan Konten Testimoni @Keluarga.Baba Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 147–159.
- Alifiya, D. A., & Kusumo, H. J. (2025). The Impact Of Tiktok Social Media On Communication Patterns : A Case Study Of Generation Z Students At Universitas ‘ Aisyiyah Yogyakarta And Their Parents. *The Eastasouth Journal Of Social Science And Humanities*, 3(01), 80–88. <https://doi.org/10.58812/esssh.V3i01>
- Anggraeni, N. F., & Hariasih, M. (2022). Pengaruh Cita Rasa , Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Mie Ayam 28 Di Desa Kedung Solo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(3), 1–15.
- Awaliyah, H., Pratiwi, S., & Asmika, I. (2026). Hubungan Cita Rasa Dan Variasi Menu Makanan Dengan Sisa Makanan Pada Santriwati Di Pondok Pesantren An-Nashar Kota Batam. *Jurnal Ilmu Kedokteran Dan Kesehatan Indonesia*, 6(1).
- Azis, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25.
- Baimosa, E., & Ferdinan, B. A. (2025). Beyond Viral Content : How Product Quality And Trust Shape Customer Loyalty In Tiktok Shop. *Gema: Jurnal Gentiarras Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 13–30.
- Chandra, W., & Cokki. (2024). Peran Kualitas Layanan Dan Ulasan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tiktok Shop. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 06(02), 552–558.
- Dewa, R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Analisis Cita Rasa, Citra Merek Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh

- Jawi Nganjuk. *Senmea : Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, (2), 624–634.
- Dewi, S., Zebua, Y., & Zelibu, Y. (2026). Pengaruh Pelayanan Karyawan , Kemudahan Aplikasi Mobile , Dan Testimoni Online Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Rantauprapat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 6(1), 85–98.
- Dwifanty, D. J., Leobisa, J. N., Bernoli, A. A., & Dima, E. T. Y. (2025). Kontribusi Umkm Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang Dan Tantangan Dalam Era Digitalisasi. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global (Aeppg)*, 2(3).
- Fauziah, S. N., & Kusumaningtyas, D. (2026). Analisis Overclaim, Online Consumer Review, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Konsumen Gen Z (Studi Kasus Pengguna Platform Tiktok). *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 23(1), 1–15.
- Hafif, M., Andhika, R., Hamzah, R. E., & Pasaribu, M. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @ Suasanakopi. *Jurnal Cyber Pr*, 2(2), 107–118.
- Hulu, M. K. (2026). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan. *Jimakun: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Nusantara*, 02(01).
- Jamaludin, D. A., Jahiri, M., Romdhoni, Hanan, S., Hermawan, Hidayanti, R., ... Raihan. (2026). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Smoothies. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 4(6).
- Khairullah, N. S., Fauzi, M. Z. Al, & Nugraha, D. (2026). Kepercayaan Calon Pembeli Pada Marketplace Shopee. *Indonesian Journal Of Social Science And Education (Ijosse)*, 2(1), 686–695.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Kfc Store Merdeka Bandung) Oleh. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Feb Unbaja*, 1–12.
- Laoli, V., Mendrofa, Z. A., & Mendrofa, S. B. T. (2025). Pengaruh Social Media

- Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Loyalitas Konsumen. *Jukoni: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(01), 71–79.
- Lina, R. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 1(1), 91–100.
- Munawaroh, L., & Ajizah, N. (2023). Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pelanggan Pada Followers Akun Tiktok Waroeng Sumringah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 590–601.
- Nabila, F., Jalil, I., & Putri, C. M. (2025). Persepsi Kualitas Produk, Layanan, Promosi Media Sosial Dan Social Proof Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Cepat Saji Kota Meulaboh. *Jurnal Ekonomi Revolutioner*, 8(7), 47–58.
- Nastiti, A. E., & Damayanti, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Store Atmosphere, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di “Risky Shafira” Cuci Mobil Dan Sewa Mobil Nganjuk). *Simanis : Simposium Manajemen Dan Bisnis Ii*, 2, 573–583.
- Nindito, H. A., & Santoso, S. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Mie Dan Kwetiau Warung Rasa Di Citra Harmoni Sidoarjo. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 05(04), 1070–1078.
- Permana, E., Nury, N., Oktavia, S., & Firdaus, R. Z. (2025). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran Brand Fashion Arkline Untuk Menarik Konsumen Gen Z. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2).
- Purba, M. L., & Idahwati. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store. *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Purwati, A. A., & Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan , Total Quality Management Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45–56.
- Purwitasari, A., & Sulistyowati. (2024). Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran

- Efektif: Tinjauan Literature Empiris. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 493–507.
- Putri, D. R., Hidayat, M. S., Ilman, M., & Nur, S. (2026). Peran Umkm Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Pembangunan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (Jiem)* Vol.4, 4(2), 98–107.
- Rahmadhanimara, R., Purwinarti, T., & S, N. M. W. (2022). Sensory Marketing : Aroma Dan Cita Rasa Terhadap Pembentukan Persepsi Konsumen (Studi Kasus : Gerai Roti O Di Stasiun Krl Commuter Line Jakarta Selatan). *Epigram*, 19(2), 162–173.
- Rayvaldo. (2025). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Era Ekonomi Digital. *Jibidal: Jurnal Ilmu Bisnis Digital*, 02(01), 7–13.
- Rosyidi, R. A., Dito, M. D., Hakiki, A., Wibowo, M. L., Husaini, F., & Fianto, B. A. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Umkm. *Santri : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Volume.*, 3(3).
- Sandrina, K. D., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2025). Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Umkm Seblak Prasmanan Mas Al Nganjuk. *Simanis : Simposium Manajemen Dan Bisnis Ii*, 4, 1257–1262.
- Sangga, A., Langi, P., Natsir, M., & Artikel, I. (2022). Analisis Pemanfaatan Platform Media Sosial Dalam Perdagangan Pakaian Jadi Di Pertigaan Kampus Universitas. *Value Added : Majalah Ekonomi Dan Bisnis Vol.*, 18(1), 24–28.
- Saputri, M. Y., & Jakfar. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Sucofindo Bagian Sbu Mineral. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2).
- Sari, N. P., & Damayanti, S. (2025). The Influence Of Testimonials, Price And Product Quality On Consumer Purchase Interest In Hanasui Products Online. *Kilisuci International Conference On Economic & Business*, 3, 182–189.
- Satiawan, A. A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan*

- Bisnis Indonesia*, 09(01), 1–14.
- Situmorang, F. D., Triana, R., Sidabutar, Y., & Ardana, T. N. (2025). Analisi Pengaruh Aplikasi Tiktok (Tiktok Shop) Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Online Melalui Promosi Influencer. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Solikah, M., & Kusumaningtyas, D. (2022). Tik Tok Shop : Quality System And Marketing Mix On Consumer Satisfaction Of Online Shopping. *Proceeding 2nd International Conference On Business & Social Sciences (Icobuss)*, 877–887.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan Ke-19. Bandung: Alfabeta.
- Sulfi, Hidayatullah, M. F., Putri, A. S., Nurfadillah, Nursafirina, & Ernawati, S. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffe Receh. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 336–343.
- Suprpto, B., Amelia, S., & Hasanah, S. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Customer Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Umkm. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 4(3).
- Supu, M., Abd, A., Nunu, R., Winoto, A. B., & Alwi, M. J. (2026). Cita Rasa Produk Dan Word Of Mouth Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 9(2), 2167–2175. <https://doi.org/10.56338/Jks.V9i2.10341>
- Syahyudi, R., & Wasiman. (2024). Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (Ajsh) Pengaruh Pengalaman Belanja , Customer Review Online Dan Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (Ajsh)*, 4(2).
- Wahyuningrum, M. S., Febrilia, I., & Fidhyallah, N. F. (2023). Pengaruh Online Consumer Reviews Dan Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 359–373.
- Wicaksono, A., Sofa, D. M., Iswanto, D., Hilmawan, T., & Andriani, R. (2025).

- Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Melalui Pendampingan Penggunaan Accurate Online. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 293–297.
- Wulandari, D., & Maddinsyah, A. (2025). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lentera Coffee & Eatery Kota Banjar. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 499–507.
- Yusup, R., & Nurmahdi, A. (2020). *Analisis Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan Two Way Cake Claresta Karawang*. 1–9.
- Zahra, A., Kusuma, A., Wibowo, S., & Mustikasari, A. (2026). Analisis Nano Influencer Dan Short Video Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil Di Jawa Barat. *Jimt : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 7(5), 1161–1171.