

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, S. (2025). Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Content Marketing pada Pemasaran di Akun TikTok @Nawwis Jewelry terhadap Keputusan Pembelian Produk Jewelry (Studi Kasus pada Toko Nawwis Jewelry Surabaya).
- Ardhiyani, R, Eva, S, Mega, A. M. (2026). Pengaruh Daya Tarik Visual Konten dan Kredibilitas Influencer diTikTok Shop terhadap Minat Beli pada Generasi Z di Kota Sukoharjo. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 6(1), 342–350.
- Bunga, O., Sulle, S. A., Putri, N. E., & Erwin. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Kuliner di Kota Makassar. *JIMS:Urnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 49–60.
- Da Silva, M. L., & Jaya, U. P. (2025). *Pengaruh Visualisasi Makanan dalam Pemasaran Digital Terhadap Persepsi Konsumen: Sebuah Pendekatan Seni Kuliner*.
- Damayanti, D. (2023). *Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha.
- Darmawan, S. (2023). *Statistik Deskriptif* (Turiyanto, Ed.; Ke 1). Penerbit Gava Media.
- Harahap, K. (2025). Digital Marketing: Strategi dan Implementasi dalam Bisnis Modern. In *PT Media Penerbit Indonesia*. (Vol. 11, Number September). PT Media Penerbit Indonesia.
- Katadata. (2024). Riset: 61% Pengguna TikTok langsung belanja dari konten. In *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/digital/ecommerce/663457508b8b4/riset-61-pengguna-tiktok-langsung-belanja-dari-konten?>
- Kurniawan, I. F., Nurhajati, & Khalikussabir. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Expectations Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Toyota Kota Malang). In *E-Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 14, Number 01, pp. 627–638).
- Kurnilia, R. E., Triamita, V. Y., Atika, L. N., Pramesti, A. P., Zuhri, S., Shobari, M. K., Ramelan, M. W., Fatmawatie, N., Ardika, R., Aditya, T., & Sugiarto, S. (2024). Konten Kreatif yang Menarik secara Visual dan Emosional sebagai Upaya Meningkatkan Engagement dan Loyalitas Pelanggan Oishi Chicken Fillet. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 693–697. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1744>
- Maheswara, R. (2025). Usia Pengguna TikTok di Dunia 2025 Didominasi Kelompok 18–34 Tahun. In *Dataloka*. <https://n9.cl/u58ich>

- Mau Pandu, D., Pandu Mau, Y., & Wayan Arta Artana, I. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Surabaya. *Jurnal Pro Bisnis*, 17(2), 82–96.
- Monica, P., Aritonang, F. F., Surbakti, O. M. B., & Lubis, N. W. (2025). Pengaruh Konten Video Pendek Dan Ulasan Konsumen Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Kuliner Di Kota Medan. *Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(4), 463–477.
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In *Journal GEEJ*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Nurmalasari, L. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Paramita D.W.R, Rizal N, S. B. . (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: buku ajar metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen* (Ketiga). Widya Gama Press.
- Pranata, J. D., Hadiwidjaya, L. O., & Jokom, R. (2024). Pengaruh Kualitas, Kuantitas, Kredibilitas pada Kegunaan Informasi dan Minat Beli Follower Tiktok. In *Jurnal Manajemen Perhotelan* (Vol. 10, Number 2, pp. 67–80). <https://doi.org/10.9744/jmp.10.2.67-80>
- Putri, D, Safira, A, Noor, A, Wardani, P. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Konten Pemasaran Di Tiktok Dan Tingkat Keterlibatan Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Cruseka*. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i3.4129>
- Putri, A. S., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 10–15. <https://doi.org/10.54131/jbma.v11i1.182>
- Rosita Rahmi, & Darlin Evelin. (2024). Pengaruh Kualitas Konten Tik Tok Terhadap Customer Engagement Pada Customer Queensha. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1061–1071. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1129>
- Siddik, R., Roswaty, & Meilin Veronica. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliiasi TikTok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1048–1058. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2251>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, A., & Lestari, H. (2023). Metode Penilaian Kuantitatif. In Karim Abdul (Ed.), *Penerbit Yayasan Kita Menulis*. Yayasan Kita Menulis.
- Solihin, S. (2024). *Pengaruh daya tarik visual dan kelayakan produk dalam konten TikTok terhadap kenikmatan yang dirasakan dan keputusan pembelian produk UMKM*. E-Journal Wiraraja.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). In *Alfabeta*. (ke 3). Cv. Alfabeta. <https://doi.org/10.1234/metodepenelitian.2021>
- Tunjungsari, K.H., Nuryakin, A. R., & Ilham, R. (2025). Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital. In *Takaza Innovatix Labs* (Vol. 1, Number 1).
- Wahyuti, T. (2023). Produksi Konten Digital. In *Educacao e Sociedade* (Vol. 1, Number 1, pp. 1689–1699).
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 797–804. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25449>
- Wulansari, N., Pangesti, A. R., Wibowo, F. N., & Mubarak, Z. Y. (2025). *Manajemen Pemasaran Konten Digital*. Unaic press. https://repository.lppm.universitalirsyad.ac.id/id/eprint/543/1/Nuni_Manajemen_Pemasaran_Konten_Digital_ISBN.pdf