DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior : Organizational Behavior and Human Decision Processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*, 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Alam, M. F. N., Herdiyanti, & Rahayu, I. (2025). Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktok Shop pada Generasi Z di Universitas Cipasung. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *4*(2).

Alia Candra Devi, Citra Savitri, & Syifa Pramudita Faddila. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote di Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(9), 6189–6204. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2588

Amruddin, dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. P. Dr. Fatma Sukmawati (ed.); Cetakan pe). PENERBIT PRADINA PUSTAKA.

Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z: Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, *3*(1).

Ariningsih, D. (2024). Membangun Brand Awareness Melalui Konten Kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *1*, 35.

Ayu, Ogi, & Wangke. (2025a). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Kota Manado The Influence Of Creative Content , Interactive Marketing , And Interactive Marketing On Purchasing Decisions In Manado City Jurnal Emba Vol . 13 , No . 04 Oktober 2025 , Hal . 57-66. *Jurnal EMBA*, *13*(04), 57–66.

Ayu, V. P., Ogi, I. W. J., & Wangke, S. C. (2025b). Pengaruh Konten Kreatif, Pemasaran Interaktif Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, *13*(4).

Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024a). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *7*(1).

Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024b). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, *7*(1), 778–789. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412

Dekanawati, V., Astriawati, N., Setiyantara, Y., Subekti, J., & Kirana, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, *23*(2), 159–176. https://doi.org/10.33556/jstm.v23i2.344

Devi, A. C., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote di Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(9).

Fahmie, H. & R. (2025). Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktok Shop pada Generasi Z di Universitas Cipasung. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *4*(2), 6.

Ggreni, D. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan* (S. mAJAPAHIT MOJOKERTO (ed.); Eka Diah K).

Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi)* (Apriya (ed.)). Yoga Pratama.

Haro, K., Kushariyadi, W., Widyawati, N. N., & Fauziyah, L. J. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Harga Produk Susu Cup Pasteurisasi Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Di Rest Area Kpbs Pangalengan Dea. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *6*(3), 38–51.

Irfan Syahroni, M. (2023). Analisis Data Kuantitatif. In *eJurnal Al Musthafa* (Vol. 3, Issue 3). https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson India Education Services Pvt. Ltd.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson India Education Services Pvt. Ltd.

Kusuma, D. W., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Harga terhadap iPhone pada iPhoneku Bandung Tulungagung. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, *2*(2).

Liantifa, M., & Siswadhi, F. (2022a). Gaya hidup digital pemoderasi persepsi dan sikap terhadap keputusan menggunakan lebih dari 1 (satu) telepon genggam. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(8).

Liantifa, M., & Siswadhi, F. (2022b). Gaya hidup digital pemoderasi persepsi dan sikap terhadap keputusan menggunakan lebih dari 1 (satu) telepon genggam. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(8), 2022.

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.); 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Majid, A., & Faizah, E. N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sarung BHS melalui Aplikasi Tiktok. *MELATI: Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, *40*(2), 89–95.

Majid, A., & Nur Faizah, E. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Bhs Melalui Aplikasi Tiktok. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, *40*(2), 105–116. https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.131

Putri, A. S., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, *11*(1).

Putri, D. N., Herawaty, T., & Kostini, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Harga Produk Susu Cup Pasteurisasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rest Area Kpbs Pangalengan. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*(2).

Putri, M. K., & Dermawan, R. (2021). Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Purchase Intention of Somethinc Products on TikTok Gen Z Users in Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, *3*(5).

Putri, M. K., & Dermawan, R. (2023). Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Purchase Intention of Somethinc Products on TikTok Gen Z Users in Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, *3*(5), 1663–1672. https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5437

Riska, K. & K. (2025). Analisis Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Tiktok Shop (Studi Masyarakat Kabupaten Kolaka). *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(2022), 29763–29772.

Rizal, & Yani, A. (2022). Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality On Iphone Smartphone Purchase Decision. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, *6*(3).

Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine Pada Generasi Z : Studi

Kasus Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *8*(3), 885–900. https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4534

Siddik, R., Roswaty, & Meilin Veronica. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi TikTok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(2), 1048–1058. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2251

Siddik, R., Roswaty, & Veronica, M. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi TikTok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(2).

Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Sudirjo, F., & Dian Wahyuningsih Gatot Wijayanto Dwi Wahyon. (2024). *Teori Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Pt Mafy Media Literasi Indonesia.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA. www.cvalfabeta.com

Sulistyaningtyas, T., Jaelani, J., & Waskita, D. (2012). Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital. *Jurnal Sosioteknologi*, *27*(11), 157–168.

Wardana, O. P., Yani, M., & Indayani, L. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Flicka Bags di TikTok yang di Mediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, *8*(3 SE-Articles), 500–518. https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1348

Widyanto, F. J. (2025). *The Influence Of Digital Marketing Content , Brand Awareness , And Brand Image On Gen Z ' s Decisions In Purchasing Local Food In Surakarta Pengaruh Konten Pemasaran Digital , Brand Awareness , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Gen Z Dalam Pembelian Maka*. *6*(6), 803–815.

Wulandari, T. M., & Haryanti, I. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keyakinan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Penggunaan Shopee) the Effect of Easy and Confidence Using E-Commerce on Online Purchase Decisions (Case Study on Using Shopee). *Jurnal Dimensi*, *11*(3), 477–496. https://doi.org/10.33373/dms.v11i3.4176

Yani, R. &. (2022). Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality On Iphone Smartphone Purchase Decision. *International Journal Of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, *2*(8.5.2017), 2003–2005.

Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brandimage. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *8*(6).

Yasinta, K. L., & Romauli Nainggolan. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Performa*, *8*(6), 687–699. https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806

Yoyo Zakaria Ansori. (2019). Islam Dan Pendidikan Multikultural JURNAL CAKRAWALA PENDAS. *Jurnal Cakrawala Pendas*, *5*(2), 110.