

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, J., Samudra, J. P., Sherley, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. [Skripsi, Universitas di Batam].
- Alifa, N., & Saputri, R. (2022). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk fashion di Instagram. *Jurnal Pemasaran dan Ritel*, 14(1), 33–45.
- Alpiansyah, M., Putri, A. R., & Rahayu, S. (2023). Pengaruh konten TikTok terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk di TikTok Shop. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(2), 84–93.
- Anggraini, A. (2023). Strategi konten UMKM di TikTok: Antara hiburan dan konversi. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(1), 22–35.
- Anisah, S., Yusnita, & Sari, P. (2023). Analisis efektivitas strategi pemasaran melalui TikTok dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 45–57.
- Azhari, M. R., & Ardiansah, M. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran digital pada UMKM. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 75–82.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2023). *Rekapitulasi data industri kecil, menengah, dan besar Kabupaten Jombang*. <https://jombangkab.bps.go.id>
- Barus, R. H., Sembiring, L., & Hutagalung, F. (2021). Pengaruh promosi menggunakan media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow pada mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(1), 33–42.
- Barker, M., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Neher, K. E. (2021). *Social media marketing: A strategic approach* (4th ed.). Cengage Learning.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510–519.
- Chaffey, D. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Chandra, M., Prasetyo, Y., & Lestari, D. (2024). Pengaruh media sosial dan strategi pemasaran terhadap minat daftar peserta didik di LKP Prisma Profesional. *Jurnal Pendidikan dan Bisnis*, 8(1), 59–67.
- Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang. (2022). *Laporan tahunan kesehatan tradisional Kabupaten Jombang*. Dinkes Jombang.
- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur. (2023). *Profil kesehatan Provinsi Jawa Timur tahun 2023*. Surabaya: Dinkes Jatim.





Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jombang. (2023). *Laporan perkembangan UMKM tahun 2021–2023*. Dinas Koperasi dan UKM Jombang.

Dora, I., & Hayatina, L. (2022). Fitur interaktif TikTok dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Inovasi Digital*, 3(1), 40–49.

Duta, A., Sari, R., & Firmansyah, H. (2022). Efektivitas promosi digital melalui TikTok pada perusahaan besar. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Digital*, 2(2), 21–33.

Fitriani, A. (2023). Analisis penggunaan TikTok sebagai strategi pemasaran digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran Digital*, 4(1), 10–19.

Hadi, R., & Ekawati, L. (2024). Pengaruh E-WoM, harga, dan kualitas produk melalui TikTok terhadap keputusan pembelian pada produk kesehatan PT Pesona Herba Indonesia. *Jurnal Riset Pemasaran Digital*, 2(1), 66–77.

Juliana, N., Hartanto, A., & Prasetyo, D. (2021). Consumer engagement dalam pemasaran media sosial: Teori dan aplikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 101–113.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2018). *Strategic brand management*. Pearson Education.

Liubana, R. (2023). Perencanaan pemasaran digital dalam membangun loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 7(1), 88–96.

Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2016). Managing customer engagement in the digital age. *Journal of Service Management*, 27(5), 531–535.

Maria, P., Yulianti, D., & Prasetyo, A. (2019). The effect of social media marketing, word of mouth, and effectiveness of advertising on brand awareness and intention to buy. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(3), 90–98.

Merril, T., Latham, K., & Santalesa, R. D. (2011). *Social media: Risks and governance*. McGraw-Hill.

Nova Indrawan Putra, & Sri Padmantlyo. (2023). Strategi pemasaran menggunakan media sosial di era digitalisasi. *Jurnal Komunikasi Digital dan Bisnis*, 5(1), 41–52.

Prabowo, A., & Haryanto, H. (2021). Strategi pemasaran digital untuk peningkatan penjualan produk UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 9(2), 121–129.

Rossiter, J. R., & Percy, L. (n.d.). *Advertising and promotion management*. McGraw-Hill.

Sarpiana, I., Wulandari, R., & Kurniawan, D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pemasaran melalui TikTok. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 33–45.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.



- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258–281.
- Siagian, H., Pasaribu, M., & Siahaan, R. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55–65.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Taneja, D., & Gupta, R. (2020). Customer engagement in digital marketing. *International Journal of Management*, 11(6), 110–119.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Yuniarti, D., Handayani, D., & Permana, I. (2020). Pengaruh promosi online terhadap peningkatan penjualan UMKM selama pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(2), 92–101.