

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Santoso, R. A. (2024). *Tiktok Impact : Decoding Fashion Purchase Choices In Generation Z Through Social Media Strategies and Product Innovation Dampak Tiktok : Dekoding Pilihan Pembelian Fashion pada Generasi Z Melalui Generasi Strategi Media Sosial dan Inovasi Produk*. 225–232. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v9i2.5505>
- Bahrowi, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Nad-Nad Distro di Kabupaten Tulungagung The Influence of Service Quality , Price , Location on Purchase Determination at Nad-Nad Distro in Tulungagung Regency*. 01(02), 1–12.
- Buana, U., & Karawang, P. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 6(2), 2442–2454. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i>
- Charla, U., & Isyanawulan, G. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir)*. 8364, 58–73.
- Dani, N. R. (2024). *Pengaruh Content marketing di TikTok terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Teuku Umar)*. 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v2i1.563>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA*. 346(2), 1209–1218.
- Freberg, K. (2018). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.
- Jaya, K. A. (2023). 2 1*,2. 5, 189–195.
- Kanuk, L. G. S. & L. L. (2014). *buku Consumer Behavior*. Pearson Education Limited.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th editio). Pearson Education Limited.
- Keller, P. K. & K. L. (2016). *buku Marketing Manajemen*. Pearson Education Limited.
- Kotler, K. &. (2016). *buku Marketing Management* (15th editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, K. &. (2018). *buku marketing manajemen* (15th Editi). Pearson Education

Limited.

- Lola, K., & Nainggolan, R. (2023). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI SURABAYA DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE*. 8(6).
- Majid, A., & Nur Faizah, E. (2024). 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 5. Perilaku pasca pembelian (kepuasan)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>
- Manalu, D. N., Budiarti, L., Samboro, J., Niaga, A., Malang, P. N., Word, E., Mouth, O., & Pembelian, K. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 434–444.
- Mirzam, D. (2024). *Pengaruh fitur live streaming dan content marketing terhadap keputusan pembelian dalam konteks TikTok Shop*. 1(2), 1–23.
- Pramularso, E. Y., Bina, U., Informatika, S., Marketing, C., Marketing, I., & Pembelian, K. (2024). *Keputusan Pembelian melalui Content Marketing dan Influencer Marketing pada Pengguna Aplikasi TikTok*. 22(4), 396–412. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i4.10440>
- Pulizzi, J. (2012). *The Rise of Storytelling as the New Marketing*. March, 116–123. <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9264-5>
- 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*. 3(5), 1663–1672.
- Roscoe, & Edi Setiawan. (1975). *Jurnal Manajemen Dirgantara*. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140.
- Sahbiah, S., Fanggidae, A. H. J., Dhae, Y. K. I. D. D., & Foenay, C. C. (2024). *Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Café Kopi Kembo*. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 727–736. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i3.13942>
- Samudra, J. P., & Liang, W. (2021). *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z*. 5(1), 15–28.
- Saputra, M. D., Ardianto, A. E., N, M. I. Z. S., & Nugraha, R. H. (2025). *The Influence of Influencer Marketing on Purchasing Decisions in Generation-Z (Study on Students who use TikTok at UPN " Veteran " East Java)*. 2(2), 1–7.

- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 326–341.
- Siagian, P. D. S. P. (2015). *buku Teori dan Praktek Pengambilan Keputusan*. Rineka Cipta.
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok (Studi Pada Generasi Z). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Sugiarti, T., & Wati, L. (2024). *Content Marketing and Lifestyle and Its Implications on Purchase Decisions on Tiktok Among Generation Z in Padang City*. 8(9), 113–118.
- Sugiono, Nur Afni Dinilhaq, Yona Amelia, Adelia Arini, Rully Hidayatullah, & Harmonedi Harmonedi. (2019). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Katalis Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, 2(2), 208–218. <https://doi.org/10.62383/katalis.v2i2.1670>
- Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan Di Indonesia Dalam Pasar Globalisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 319–331. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61>
- Sumarwan, U. (2015). *buku Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. ghalia indonesia.
- Swastha, B. (2009). *buku Manajemen Pemasaran Modern*. liberty.
- Thein, I., Mitang, B. B., & Bere, Y. E. (2021). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KOMITMEN TERHADAP DISIPLIN KERJA PEGAWAI PADA KANTOR DINAS PARIWISATA KABUPATEN MALAKA. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3), 28–36.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114

Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.

Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0171/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Veren Brigitha Beribe
NIM : 32122086
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
2. Engelbertus G.C Watu, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CONTENT
MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
APLIKASI TIKTOK PADA GENERASI Z DI KOTA
KUPANG**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **23% (Dua Puluh Tiga) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 21 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,

Damianus Dami, S.Ptk.