

بحث مقدم ضمن مشروع التخرج ببرنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

عنوان البحث:

- ١- أثر إعلانات المطاعم عبر منصة تيك توك على النية الشرائية لدى المستهلكين في مدينة جدة
- ٢- إدراك الجمهور للإعلانات المولدة بالذكاء الاصطناعي وعلاقته بالثقة والتفاعل
- ٣- أثر مصداقية المؤثرين الرقميين على الثقة بالعلامة التجارية والنية الشرائية لدى المستهلك السعودي

إعداد: منال أحمد مؤمن

الرقم الأكاديمي: 233001700



Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Marketing

Research submitted as part of the graduation project for the Bachelor of Digital
Marketing program

Research Title:

**1- The Impact of Restaurant Advertising on TikTok on Consumers' Purchase
Intention in Jeddah.**

**2. Audience Perceptions of AI-Generated Advertisements and Their Relationship
with Trust and Engagement**

**3. The Impact of Digital Influencer Credibility on Brand Trust and Purchase
Intention Among Saudi Consumers**

Prepared by: Manal Ahmed Momen.

Academic ID: 233001700

Third Trimester 2026