

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., dan Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Adhitya, F. (2022). Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v10i2.928>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh content Marketing di Instagram Stories Terhadap Minat Beli. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Amrudin, Roni, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. CV. Pradina Pustaka Grup.
- Andi, M. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bali. CV. Intelektual Manifes Media.
- Arifa, N., Hatono, dan Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta (ed.)).
- Cahyaningtyas, R., dan Wijaksana, tri indra. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Anglista. *Journal Proceeding Of Management*, 8(5), 6488–6498.
- Ciputra, U. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu*. 5(April).
- Darma, B. (2021). *Statitiska Penelitian Menggunakan SPSS (Uji validitas, uji realibilitas, regresi linier berganda, regresi linier sederhana,, uji t, uji F, R2*. Guepedia.com.

- Ervina, Annisa, D. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis Teori & Panduan Praktis Dalam Penelitian Bisnis*. Jambi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Gabrielle, N. (2018). 18110-35792-1-Sm. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadaployalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia*, 8(3), 55–55.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (2020). *25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)*. Semarang. Yoga Pratama.
- Gunawan. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal EMABI: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–7. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Handayani, N. (2023). *Strategi Digital Marketing*. PT Mafy Media Literasi Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Digital_Marketing/OWDWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+digital+marketing&pg=PA305&printsec=frontcover
- Harman Malau, P. D. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Hasri, D. (2024). *33 Strategi Marketing Terpenting Dekade Ini*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruly, I. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Surabaya: PT. Refika Aditama
- Khofifah, S., dan Supriyanto, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>

- Kotler, Kertajaya, S. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristina, N. A., dan Aminah, S. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review di TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cuci Muka Garnier. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1107–1114. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6729>
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis (Teori, Konsep, & Praktik Penelitian Bisnis Dilengkapi Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- (2023). *Digital Marketing*. Bogor: Guepedia.
- Latief, F., dan Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Lupiyoadi, R., dan Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, N. B., dan Ridwan, N. (2018). *Pengaruh Harga, Content Marketing, dan Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Pengguna TikTok Shop*. 12(01), 510–518.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Andi Offset.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", dan Timur, J. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mulyana, A., dan Muslih, I. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(1), 14–24. <https://doi.org/10.34010/jra.v12i1.2600>
- Mutia, C. (2022). *10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh Secara Global pada 2022, TikTok Juaranya*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/10->

[aplikasi-paling-banyak-diunduh-secara-global-pada-2022-tiktok-juaranya](#)

- Zainul Hidayat, Mokhammad Taufik,. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Butik Fayya Galery Pulo. *Proceedings ...*, 4(1), 216–222. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/364%0Ahttp://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/download/364/322>
- Nur, Maskan, dan A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: POLINEMA Press.
- Nur Aziz Sugiharto, Fera Adila Riyanti, F. M. P. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Content Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(2).
- Nuraeni, Y. S., dan Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Nurhidayat, E., Marsudi, H., Triandra, S., Sukoharjo, K., Stie,), & Surakarta, A. B. (2022). Pengaruh Online Consumer Review Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia. *MUARA : Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 5(2), 45–48. <http://jurnal.apn-surakarta.ac.id/index.php/muara/article/view/61>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Lumajang: Widya Gama Press.
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing Forgotten Strategies to Execute Now*.
- Putri et.al. (2023). *004_Pengaruh+Harga+Promosi+Ulasan+Produk*. 7(1).
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Ramadhani, F. (2020). *10 Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia: Brand Lokal Memimpin!* Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/>
- Regina Dwi Amelia, M. dan M. R. M. (2021). 80-Article Text-832-1-10-20210223. *Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan*

Pembelian Pada E Commerce Kecantikan, 2(2), 1–7.

- Robustin, T. P., dan Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., dan Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bsnis Dan Manajemen*, 3(1), 130.
- Santoso, J. C. (2020). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Minat Pemesanan Hotel Pada Pengguna Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2011, 194–202. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/9898>
- Setiana, N. D., dan Tjahjaningsih, E. (2024). *on Satisfaction and its Impact on Tiktok Consumer Loyalty (Study on Semarang City Pengaruh Content Marketing , Influencer Marketing , Online Customer Review Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Loyalitas Konsumen Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Kota Semarang)*. 5(1), 1509–1517.
- Sholeh, M. Y., dan Said, M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.
- Siswanto, V. A. (2015). *Belajar Sendiri SPSS 22*. Bandung: CV Andi Offset.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348>
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed method)*. Bandung: Alfabeta.
- . (2015b). *Metode Penelitian Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- . (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Malang: Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Malang: Andi Offset.
- dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Global Konteks offline & online* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- dan Diana, A. (2016). *Pemasaran esensi & aplikasi*. Malang: CV. Andi Offset.
- Valentina, A., Rizal, M., dan Hardiningtyas, R. T. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.
- Wahyuni, S., & Saifudin. (2023). Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing* dan *Spiritual Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 133–155. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.586>
- Wiratna, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

