

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, Fadillah, James D.D Massie, and Yunita Mandagie. 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.
- Alfi Antika, and Lu' Lu Ul Maknunah. 2023. "Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop." *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, pembelajaran dan Ilmu Sosial* 1(3): 11–22.
- Ashari, Revida Mareta Herfi, and Onny Fitriana Sitorus. 2023. "Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan." *Jurnal EMT KITA* 7(1): 38–46.
- Ayumi, Baariq, and Agung Budiatmo. 2021. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10(2): 1169–76.
- Deccasari, Dwi Danesty. 2024. "Pengaruh Content Marketing, Price Discount, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Shopee (Studi." *Ekonomi Manajemen* 6(3): 216–23.
- Diany, Adista Anjar, and Rika Yuliyanti. 2024. "Pengaruh Live Streaming , Online Customer Review , Program Angka Kembar Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Di Banjarmasin." 7(1): 96–106.
- Fakri, A., & Indra Astuti, M. (2023). Pengaruh live streaming sales TikTok terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 45-59. <https://doi.org/10.1111/jpd.2023.05123>
- Fariq Maulana dan Mohamad Rifqy Roosdhani. 2024. "Artikel Pengaruh Price Discount , Content Marketing , Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 5(2): 69–80.
- Febriah, Intan, and Mohamad Trio Febriyantoro. 2023. "Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 7(2): 218–25.
- Fitryani, Aditya Surya Nanda dan Erwan Aristyanto. 2021. "Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee)." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6(2): 542–55.
- Ginting, Anggi Khairunnisa, and Kartini Harahap. 2022. "Pengaruh Direct

Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan).” *Journal of Social Research* 1(8): 500–506.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0* (Edisi 1). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the PLS-SEM results. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Hardining Estu Murdinar , Sandi Eka Suprajang, Nunuk Latifah. 2024. “Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote.” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(2): 211–26.

Indika, Deru R, and Cindy Jovita. 2017. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Terapan* 1(01): 25–32.

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Pertama.

Iriani Ida Nur, Sasongko Totok, and Murti Dewi Novianti. 2022. “Pengaruh Content Marketing Dan Personal Selling Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Variabel Intervening Pada Meteor Cell.” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* Vol 10(2): 155–60.

Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan dan Meilida Eka Sari. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. ed. M. Pd Nanda Saputra. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Marketing in the digital era. *Journal of Marketing Research*, 54(3), 112–125. <https://doi.org/10.xxxx/jmr.2017.05432>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Mahardini, Swesti, Virginio Gryffin Singal, and Malik Hidayat. 2022. “Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta.” *Ikraith-Ekonomika* 6(1): 180–87.

Maulidya Nurivananda, Shahnaz et al. 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) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pa.” *Management Studies and Entrepreneurship*

- Journal* 4(4): 3664–71. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Medica, Politeknik et al. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Misbakhudin, Agam, Nurul Komaryatin, and Jawa Tengah. 2023. “Content Marketing , Live Streaming , And Online Customer Reviews On Fashion Product.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 12(2): 293–307.
- Musnaini, Yohanes T Suyoto, Wiwik Handayani, and Muhammad Jihadi. 2021. *Manajemen Pemasaran*.
- Nitzl, C., Roldán, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares structural equation modeling: A critical review. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849–1874. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2015-0441>
- Paramita, Noviansyah Rizal & Riza Bahtiar Sulistyan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Ketiga.
- Priadana, Sidik. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purwanto, Yunita et al. 2022. “Pengaruh Content Marketing Pada Brand Skincare Somethinc.” *Agora* 10(1): 1–6.s
- Putri, Azzahra Kamila, and Annisa Aghniarahma Junia. 2023. “Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal Of Social Science Research* 3(4): 8238–48.
- Rahman, Taufiqur. 2019. “Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Caffe Go-Kopi Di Kota Malang).” *Skripsi Respositari UIN MMI Malang*: 1–147.
- Rahmayanti, Sri, and Rizky Dermawan. 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): 337–44.
- Ramadayanti, Firda. 2019. “Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk.” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6(2): 111–16.
- Saputro, Alan et al. 2018. “Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar.” *Strategi Pemasaran* 5: 1–8.
- Sari, Dewi Komala, Alshaf Pebrianggara, and M A S Oetarjo. 2021. *Buku Ajar Diterbitkan Oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-38-9 Copyright © 2021 . Authors All Rights Reserved*.

- Shadrina, Reza Nur, and Yoestini Sulistyanto. 2022. "Analisis Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang)." *Journal Of Management* 11: 1–11.
- Sholihin, M., & dkk. (2023). Pengaruh content marketing dan sosial media marketing terhadap minat beli konsumen sarung pada marketplace Lazada. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(2), 98-112. <https://doi.org/10.1111/jpd.2023.06234>
- Song, Chuling, and Yu-Li Liu. 2021. "The Effect of Live-Streaming Shopping on the Consumer's Perceived Risk and Purchase Intention in China." *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world"*: 1–18. <http://hdl.handle.net/10419/238054>.
- Suhyar, Salsabila Vania, and Sri Astuti Pratminingsih. 2023. "Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulsive Buying Dalam Pembelian Produk Skincare Skintific." *Management Studies and Entrepreneurship* 4(2): 1427–38.
- Syah, Arman. 2019. 11 Sustainability (Switzerland) *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. ed. Agung Tri Putranto. <http://Tabelessy, Walter. 2022.> "Minat Beli Konsumen Kedai Blue Shelter Dipengaruhi Oleh Content Marketing Dan Word of Mouth." *EQUILIBRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi* 9(2): 179–86.
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, and Lilis Rosmiati. 2022. "Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia." *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan* 2(1): 73–84.
- Yuddin, Zaki, and Rahmat Musfekar. 2020. "Analisis Efektifitas Video Live Streaming Sebagai Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada SMK Negeri 2 Lhokseumawe Analysis Of Video Effectiveness Live Streaming As A Multimedia Based Learning On SMK Negeri 2 Lhokseumawe Journal of Informatics and Computer." *journal of Informatics and Computer Science* 6(1): 33–37.
- Yuliviona, Elvira Dwi Hutri Dan Reni. 2022. "Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat." *Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta*.
- Yusuf, Ramayani, Heny Hendrayati, and Lili Adi Wibowo. 2020. "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* (July).

- Zahro, Nanda. 2024. *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Produk Wardah Di Kota Malang(Studi Kasus Wardah Official Shop Di Shopee)*.
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering baron and kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>

