

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. (2022). *peranan media sosial modern*. Bening media Publishing.
- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & 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>
- Abdul Aziz, R. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*, 14.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amiliya, N. N., Hermawan, H., & Nursaidah, N. (2024). the Effect of Price Discounts, Product Quality, and Digital Promotions on Customer Satisfaction (Case Study of Gofood Users in Jember Area). *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 315. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11358>
- Anna Wulandari, H. M. (2024). *keputusan pembelian konsumen*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Aryasa, F. M., & Roosdhani, M. R. (2024). Pengaruh Price Discount, Content Marketing, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok @Ainafashion.Id. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 5.
- Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254>

- Bahwiyanti, J., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Dewi Mart Sultan Adam Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(3), 355–367.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412>
- Dehi, S. R. L., Moonti, U., Mahmud, M., & Hafid, R. H. (2023). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembeli di Aplikasi Shopee. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 140–147. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i1.18707>
- Dr. Ir. Agus Wibowo, M. K. . M. S. . M. (2021). *Buku Influencer*.
- Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M. M., Noviansyah Rizal, S.E., M.M., Ak, CA, Cf., & Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (edisi keti). WIDYA GAMA PRESS.
- Dr. Wier Ritonga, SE., M. (2020). *pemasaran*. PT. Muara Karya (IKAPI).
- Fachmy, R. N., & Rasmini, M. (2023). The Effect Of Content Marketing On Pegipegi Instagram On Purchasing Decisions Title Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7552–7560. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fahmi, N., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Indomaret. *Journal of Economic and Business Education*, 1(3), 158–175. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i3.23093>
- Febriani, N. S., Nugraha, C. N., Ariela, N., Sutrisno, S., & Aulina, L. (2024). *Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Brand Awareness di Sosial Media Tiktok @ rucas . official*. 3, 310–318.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Cv Budi Utama.
- Galih, firmas D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>
- Germianus Tri Ananda, Helba Rundupadang, A. C. R. (2024). Pengaruh Diskon Harga, Online Customer Review Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Toraja (Ukit) Fakultas Ekonomi. *Edunomika*, Vol. 08.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul

- Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hasibuan, R. R. (2024). Dampak Personal Branding Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Home of Management and Bussiness Journal (HOMBIS)*, Vol. 3.
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121–129. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.181>
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18 (1)(1), 33–38.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marfu'ah, S., & Nazrantika Sunarto. (2022). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis). *Jurnal Seminar Nasional Industri Dan Teknologi (SNIT)*, 1(1), 654–684.
- monica rosiana, lusi zafrina, sukma irdiana, andi alfianto anugrah ilahi, anita hakim nasution, A. (2023). *manajemen pemasaran*. Cv Afasa Pustaka.
- Mulyadi, T., Launtu, A., Abduh Anwar, M., Suyatno, A., Jayanto, I., Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata, P., & Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, P. (2024). Analisis Efektivitas Kampanye Influencer Marketing: Tinjauan Terhadap Pengaruh Dan Persepsi Konsumen Terhadap Merek. *Jurnal Darma Agung*, 32(2), 872–883. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/4169>
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.340>
- nawangsih, khoirul ifa, kurniawan yunus ariyono. (2019). *manajemen pemasaran*. Widya Gama Press.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. Pd. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.

- Priansa, D. (2017). *komunikasi pemasaran terpadu*. Cv Pustaka Setia.
- Purnomo, N., Damayanti, E., Rohmawati, D. P., Lidiawati, B. M., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2023). Analisis influencer marketing, viral marketing dan online customer review terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pro Bisnis*, 16(2), 122–134.
<https://ejournal.amikompuurwokerto.ac.id/index.php/probisnis/article/view/2394>
- Puspitasari, D. M., & Herdian, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, diskon harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, volume 5.
- Putri Adilla, & Christiawan Hendratmoko. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- PutriRiyanto, G., & Yudha, P. (2024). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as#:~:text=KOMPAS.com - Jumlah pengguna TikTok,riset Statista pada Agustus 2024.>
- Rafi, F., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2252–2258.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1857>
- Rochman, F. (2023). *Ini Tiga Kategori Produk Paling Laris Dibeli di TikTok*. AntaraNews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/3620784/ini-tiga-kategori-produk-paling-laris-dibeli-di-toko-tiktok>
- Shadrina, nur reza, sulistyanto, Y. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83.
<https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Sholikhah, D. A. (2024). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing , dan Influencer Marketing terhadap Purchase Decision pada Pengguna Social Commerce TikTok Shop di Yogyakarta Teknologi internet akan terus berkembang sehingga dapat merubah kebiasaan manusia menjadi pola hidup. 15.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.

- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (M. F. Rakhmat (ed.)). Pt Remaja Rosdakarya.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohad, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Wulandari anna, M. H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (Rezeki Fitri (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta. <http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku Keputusan Pembelian Konsumen-May 2024.pdf>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Zulfikar, Rizka, Fifian Permata Sari, A. F., Kartika Wandini, Tati Haryati, Sri Jumini, N., Selvi Annisa, Oktavy Budi Kusumawardhani, R. M., & Alexander Indrakusuma Linggi, H. F. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*. Widina Media Utama.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.