

## DAFTAR PUSTAKA

- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- ANDIKA, Muh, et al. Pengaruh Content Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Generasi Z di Kabupaten Maros). 2022. PhD Thesis. Universitas Hasanuddin.
- FADHILAH, Fadhilah; SAPUTRA, Galih Ginanjar. Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI: Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen*, 2021, 17.3: 505-512.
- PURWANTO, Yunita; SAHETAPY, Wilma Laura. Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 2022, 10.1.
- OISINA, Ilona Vicenovie. Pengaruh Daya Tarik Content Marketing dan Content Riview terhadap Keputusan Pembelian. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021, 4.2: 265-276.
- ASNAWI, Anita. Sikap Dan Persepsi Mahasiswa Di Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2022, 9.1: 250–258-250–258.
- FARADIBA, Besse; SYARIFUDDIN, Mustika. Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2021, 4.1: 1-9.
- SAPUTRA, Galih Ginanjar; FADHILAH, Fadhilah. Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 2022, 4.2: 442-452.
- LESTARI, Siti Rochmah Indah. *Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-*

*Commerce Shopee di Jakarta Pusat*. 2021. PhD Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala.

MARTINI, Luh Kadek Budi; DEWI, Luh Komang Candra. Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding*, 2021, 38-54.

Ghozali, Imam. (2008) 'Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS', Semarang, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro

Kotler, P. and Keller, K. (2010) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga.

Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran: Edisi Ke 12*. 13th ed. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga

NETRAWATI, I. Gusti Ayu Oka; WAYAN NUADA, I.; SYAKBANI, Baehaki. The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *SENTRALISASI*, 2022, 11.2: 159-168.

GIOVANI, REYNALDI (2022) Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Influencer Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur*.

WISKA, Mayroza; RESTY, Fenisi; FITRIANI, Hidayatul Fitriani Hidayatul. Analisis *Content Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial TikTok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *MANAJEMEN DEWANTARA*, 2022, 6.2: 153-162.