

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening by Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Derama, T., & Aransyah, M. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT dan WASPAS pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(1), 18-29.
- Hadawiyah, R. (2022). Pengaruh Rational Content Marketing dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Nyushiin Cabang Wahid Hasyim Medan. Doctoral dissertation, Universitas Medan Area.
- Hasanah, A., & Kosasih, K. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Promosi Menggunakan Aplikasi Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 103-114.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Nengsi, B., Evahelda, E., & Purwasih, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Inovasi Madu Kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Studi Inovasi*, 2(3), 9-17.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser terhadap Purchase Intention pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.
- Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

(Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang).
Diponegoro Journal of Management, 11(2).

Kusnandar, V.B. (2021). Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke-3 Terbanyak di Asia. Website Databoks, pada laman <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>, diakses 31 Januari 2022.

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y., & 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.

Zahra, D. C. A., & Kadunci, E. R. Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing TikTok@ Azarinecosmetic terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Azarine di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Followers TikTok@ Azarinecosmetic).