

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. 2020. 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>
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (N.D.). *The Influence Of Product Reviews And Marketing Content On Tiktok On Scarlett Whitening By Felicya Angelista Purchasing Decisions*. www.Mediaindonesia.Com
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Of Mouth Pada Platform Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 178–190. <https://doi.org/10.57141/Kompeten.V1i4.23>
- Dio Thafanya. (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Online Shop @Riddikuluswear.Id Di Instagram). *Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia*. , 11–31.
- 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. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). [Http://journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Fitriani, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Universitas Medan Area*.
- Ika Pratiwiningsih. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan*

Pembelian Melalui Brand Image.

Nuraini, A., Maftukhah, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2020). Management Analysis Journal. In *Management Analysis Journal* (Vol. 4, Issue 2). [Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj](http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj)

Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.V11i4.459>

Sari, N., & Sari Sitompul, S. (N.D.). The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, Packaging And Product Knowledge On Purchase Decisions Of Skintific Product On Pelita Indonesia Students In Pekanbaru. In *Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 3, Issue 1).

Wasitaningrum, T., & Nur Cahya, H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Article Information. In *Jekobs* (Vol. 1, Issue 1). [Http://Publikasi.Dinus.Ac.Id/Index.Php/Jekobs](http://Publikasi.Dinus.Ac.Id/Index.Php/Jekobs)