

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, M., Arta, D., Ahmadi, A., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Muhammadiyah Surakarta, U. (2024). *Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Minat Beli Produk Aerostreet pada Pengguna Tiktok Shop*. <https://doi.org/10.62710/px9dev58>
- Anggraini, M., & Simanjorang, F. (2023). CONTENT: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop di Kota Medan. *Content: Journal of Communication Studies*, 01(02), 10–20. <https://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>
- Ardian, R., Sudrartono Pengaruh Bauran Pemasaran, T., Ardian, R., Sudrartono Politeknik Piksi Ganesha Bandung, T., & Kunci, K. (2021). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI CAT DULUX DI DEPO KERAMIK KATAPANG BANDUNG*.
- Ariani. (2021). *Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Membeli Rosnani Said*.
- Dewi, A. W. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Brand Jiniso pada Aplikasi TikTok di Kota Malang)*.
- Dienillah, Shadiq, & Isnaini. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI TAMU HOTEL SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI*.
- Ferdinan Irawan, D., Ali, H., & Author, C. (2024). *Pengaruh Content Marketing, Kolaborasi Brand dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i2>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO DONAT MADU LAPAI*. 3. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>
- Gultom, R., Khoiri, M., Putera Batam, U., & Soeprapto Muka Kuning, J. R. (2023). *PENGARUH CUSTOMER REVIEW, CUSTOMER RATING DAN KONTEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI TIKTOK SHOP KOTA BATAM* (Vol. 23, Issue 2).
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., Andrianto, M. S., & Syaefudin Andrianto, M. (2021). *Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19*.

- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1684–1697. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1206>
- Jamilah, Akhmad, & Ramadhan. (2021). *Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Online Pada Tokopedia Saat Pandemi Covid 19. Vol. 1 No. 1.*
- Kojongian, V., Lapian, S. L. H. V. J., Lumanauw, B., Kojongian, V., Lapian, J., Lumanauw, B., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2021). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI COOL SUPERMARKET TOMOHON THE EFFECT OF THE MARKETING MIX ON CONSUMER BUYING INTEREST IN COOL SUPERMARKET TOMOHON*. 9, 811–820.
- Latipah, R., Fitriani, L. K., & Masrurroh, R. (2017). *PENGARUH ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SANDAL DAN SEPATU BATA CABANG KUNINGAN* (Vol. 13, Issue 3).
- Nuraini, N., & Sudrajat, A. (2024). Analisis Efektivitas Social Media Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal PVN (Studi Kasus Pada Pengguna PVN Di Karawang). *JURNAL MANEKSI*, 13(4).
- Pambudi, R., & Permatasari, B. (2024). Influencer Marketing dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2).
- Pasaribu, A. F. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING, VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA*. 10(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Putu Helen Maharani, N., Herny Susanti, P., Manajemen, P., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (2024). *Ida Ayu Sasmita Dewi (3) (1) (2) (3)* (Vol. 4, Issue 1).
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2020). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SHOPEE THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASE INTENTION WITH TRUST AS INTERVENING VARIABLE IN SHOPEE*.
- Sari, Pebrianggara, & Oetarjo. (2021). *Buku Ajar DIGITAL MARKETING Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.

- Sari Saudi, N., Ashary Anshar, M., Hatta, M., & Lawalata, I. L. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 222–237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Sofiyan, Y. (2024). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP MINAT BELI ULANG MIXUE KOTA SEMARANG*. 8(1).
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK (Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 9(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Tampi, B. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2021). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK GEPREK BENSU MANADO THE INFLURNCE OF MARKETING MIX STRATEGY ON BUYBACK INTENTION OF GEPREK BENSU MANADO PRODUCTS. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Victor Kamanda, S. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK CIMORY PADA SINAR MART* (Vol. 2, Issue 1).
- Winda Sari, M., Alexander, O., & Marcheta, N. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sepatu Pada Online Shop Choice *Fashion* Dengan Menggunakan Metode Moora. *Journal of Computer and Information Technology*, 5(1), 43–52. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/doubleclick>
- Yuliana, E., Jatiningrum, C., Maseleno, A., Studi Sistem Informasi STMIK Pringsewu, P., Wisma Rini No, J., & Lampung, P. (2021). *PENDAMPINGAN PEMASARAN UKM KAIN PERCA PEKON BANDUNG BARU BERBASIS MEDIA SOSIAL FACEBOOK* (Vol. 2, Issue 3).