

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D., Suryadi, D., & Rahayu, T. (2020). *Penerapan teknik statistik dalam pengolahan data kuantitatif pada penelitian pendidikan matematika*. Jurnal Pendidikan Matematika, 4(2), 123-135.
- Angelica, A., & Tj, H. W. (2025). *The influence of social media marketing on purchase decisions mediated by brand equity and brand trust*. In Journal of International Conference Proceedings (Vol. 7, No. 5, pp. 1100-1113).
- Angely, M., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2024). *Pengaruh Content Marketing, Brand Image dan E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Pengguna Aplikasi Shopee)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 13(01), 1477-1486.
- Ardi, O. N., & Prabowo, B. (2025). *Influence of Content Marketing, E-WOM, and Product Quality on Repurchase Intention (Study of Generation Z Who Buy COSRX Skincare on the TikTok Platform in Surabaya City)*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8(3), 12142-12154.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aryani, M. (2021). *Analisis digital marketing pada hotel kila di kabupaten lombok barat terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan, 9(1), 22-32.
- Ayuningrum, V., Rizka Arumsari, N., & Tamara Fahira, K. (2024). *The Influence of Digital Marketing, E-WOM, and Trust on Purchasing Decisions at blibli.com: A Case Study of blibli.com E-Commerce Consumers in Kudus*. KnE Social Sciences, 2024, 157–168.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (9th ed.). Pearson.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Wang, Y. (2021). *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions*. International journal of information management, 59, 102168.
- Fitrianingsih, A., & Bachri, S. (2025). *Pengaruh content marketing dan electronic word of mouth (E-WoM) terhadap purchase decision produk Skin1004 yang dimediasi oleh fear of missing out (FoMO)(studi kasus pada Gen Z di Kota Palu)*. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 167-187.
- Hamidah, A., & Hakim, L. (2023). *Analisis Situasi dalam Penelitian Kualitatif: Pendekatan untuk Memahami Objek Penelitian*. Jurnal Metodologi Penelitian Sosial, 8(2), 150-165.
- Hartanti, A. (2022). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada*

- Produk Kosmetik Wardah.*** Jurnal Ilmu Manajemen, 10(2), 123-135.
- Hasanah, F., & Sudarwanto, T. (2023). ***Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Aplikasi Tiktok Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Generasi Z Di Kota Surabaya.*** Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(21), 348-360.
- Hasbi, M. L., & Muis, I. (2020). ***Segmentasi, Targeting dan Positioning Produk Neo Coffee dari Wings Food untuk Pasar Kota Bekasi.*** Jurnal Mahasiswa Bina Insani, 5(1), 63-72.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). ***The effect of electronic word of mouth communications on intention to buy: A meta-analysis.*** Information Systems Frontiers, 22(5), 1203-1226.
- Kansal, S., & Kaushik, V. (2024). ***Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Behaviour. ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts, 5(6), 2718–2726.*** <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i6.2024.3322>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). ***Marketing Management (16th Edition).*** Pearson.
- Marcella, D. (2024). ***Pengaruh Content Marketing, Promosi dan Customer Review terhadap Minat Beli Produk Barenbliss pada Platform TikTok (Doctoral dissertation).***
- Mirzha, A., et al. (2021). ***The Role of Brand Trust in Building Customer Loyalty: A Study on Indonesian Consumers.*** Journal of Business and Management, 7(1), 45-60.
- Nainggolan, R. A., & Sitorus, D. H. (2023). ***Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam.*** Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 23(2), 49-59.
- Nurhaifa, N., Stiadi, M., & Titing, A. S. (2025). ***Pengaruh Content Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platfrom Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Perempuan di Universitas Sembilanbelas November Kolaka).*** Innovative: Journal Of Social Science Research, 5(2), 838-851.
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). ***Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 10(2), 81-93.***
- Pingki, E., & Ekasasi, S. R. (2023). ***Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MSI.*** Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 4(1), 115.
- Rahmawati, I. (2022). ***Pengaruh Celelebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust (Studi pada***

- Pengguna Honda Vario di Kawedanan Pedan Kabupaten Klaten*). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1264-1274.
- Riri Rahmawati, R. (2024). *Pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Perilaku Konsumen Pada Produk MS. Glow Di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sari, R. W., Yurasti, Y., & Eandarwita, E. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Barang Online di Shopee*. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 641-645.
- Sari, T. O., & Suratman, A. (2025). *Implementasi Live Shopping Platform Social Commerce Tiktok pada UMKM Aromaterapi Natureline*. 288–309.
- Sawhani, D. K., & Se, M. (2021). *Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Sisman, A., & Muskita, S. M. W. (2021). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online ShopThyy Thyy) Di Kota Sorong*. *Jurnal Badati*, 3(1), 42-53.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarif, R., Nurhidayah, N., & Kamaruddin, S. A. (2024). *Effective Digital Marketing Strategies in the Technology Era*. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 8(4), 2815. <https://doi.org/10.58258/jisip.v8i4.7699>
- Tjiptono, L., & Chandra, G. (2021). *Pemasaran strategik (Edisi terbaru)*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, I. G. N. S., Wulandari, R., Latanro, A. B. B. S. M., & Sugianitri, N. N. A. R. (2023). *Marketing strategy for facing changes in consumer behavior in disruption era*. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 459-472.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). *Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.