

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, M. A., & Yusmaneli. (2023). Model Bisnis TikTok Shop dan Implikasinya terhadap Ekonomi Digital di Indonesia. *Journal of Law and Economics*, 2(1), 41–51.
- Ajzen, I. (2022). *The Theory of Planned Behavior: Reactions and Reflections*. Psychology Press.
- Alfin Muslikhun, Sutopo Sutopo (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Online* di Marketplace Shopee. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(4), 11–24.
- Allya Dina Shafwah, Achmad Fauzi, & Leo Andri Yulius Caesar (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di *ECommerce* Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*. 5 (3), 2024.
- Alma, B. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anna Irma Rahmawati (2021) Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi Kreatif* Vol. 1 No. 1, 2021
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2022). *Principles of Marketing* (8th Asia-Pacific ed.). Pearson Australia.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2022). *Strategic Marketing*(11th ed.). McGraw-Hill Education.
- 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).
- Fadhilah Fadhilah, Galih Ginanjar Saputra (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan *e-wom* pada media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian generasi z. Inovasi 2021

- Fauziah, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital *Marketing* di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978.
- Garcia, M., & Lopez, R. (2023). *Customer Retention Strategies in Digital Marketing*. *Journal of MarketingTrends*, 12(1), 45-60.
- Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. *JAMIN*, 5(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *MarketingManagement* (16th ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2022). *MKTG 13: Principles of Marketing*. Cengage Learning.
- Lee, J., & Kim, H. (2022). *Consumer Voice in Digital Markets: Understanding Online Reviews*. *Digital Marketing Journal*, 8(2), 101-115.
- Li, Y., & Chen, X. (2022). *The Role of Online Reviews in Consumer Purchase Decision: A Trust Perspective*. *Journal of MarketingResearch*, 59(3), 415-432.
- Muhammad Abdul Kohar Septyadi, Mukhayati Salamah, Siti Nujiyatillah (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi*. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 3, No. 1, 2022.
- Novia Rahma Dani, Yusnaldi, Chairiyaton (2024). Pengaruh *Content Marketing* di TikTok terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Teuku Umar). *Ekodestinas* Vol. 2 No. 1, 2024
- Nurlaily Suwondo M., Ana Noor Andriana (2023). Pengaruh *Online Customer Review, Content Marketing* dan *Brand Love* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada *Platform* TikTok Shop (Studi Pada Konsumen Produk Skintific di Samarinda). *Jimea* Vol. 7 No. 3, 2023
- Pulizzi, J. (2022). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by MarketingLess* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.

- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar *Partial Least Squares Structural Equation Model* (PLS- SEM) 2023. *CV. Lentera Ilkedirimu Madani, Juli*, 146.
- Rosnawiyah, R., & Abadiyah, R. (2024). Perilaku Pembelian Milenial Ulasan Ulasan Shopee dan Pemasaran Viral. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 22(1), 47-76.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.
- Saehu, Oktarina, Marsellinus, Isnardono (2025). Ulasan Pelanggan Daring dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Mahasiswa FIA Unija. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 2, No. 1*, 2025.
- Santoso, E., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh Kredibilitas *Review Online* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Platform E-commerce* Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 45-58.
- Sari, D. M., & Santoso, H. B. (2023). "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 55–67.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Shahnaz Maulidya Nurivananda, & Zumrotul Fitriyah. (2023). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* , Vol 4 (4).
- Simamora, A. (2022). *Skala Likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya*. *Jurnal Manajemen* 12(1):84-93
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2024). *Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies* (8th ed.). Kogan Page.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Swesti Mahardini, Mirginio Gryffin Singal, Malik Hidayat (2023) Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-tok di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Ikhraith-Ekonomika* Vol. 6 No. 1, 2023
- Taiminen, H. M., & Ranaweera, C. (2023). “*The Influence of Content Marketing on Consumer Decision-Making: A Multi-Stage Model*”. *Journal of Strategic Marketing*, 31(2), 145–162.
- Tjiptono, F. (2023). *Manajemen Pemasaran Strategik*. Andi Offset.
- Wahyuni, S., & Firmansyah, A. (2024). “Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Sosial.” *Jurnal Ilmiah Penelitian Pendidikan dan Sosial*, 13(1), 45–57.
- Wang, J., & Lee, K. (2021). *Effects of Online Customer Reviews on Purchase Decisions: An Empirical Study in E-commerce*. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 227-237.