

DAFTAR PUSTAKA

- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11-21.
- Asnawi, F., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara Persepsi Media Sosial dengan Keputusan Pembelian Pengunjung Kedai Semoga Sukses. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(3), 766–775.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.
- Desti, Y., Sakinah, Y. P., & Damayanti, N. (2025). *Analysis of Generation Z Consumer Behavior in Online Purchases: Purchase Habits and Brand Preferences in The Digital Era. Journal of Economics and Management Sciences*, 8(1), 300–307.
- Elisha, V., & Harsoyo, T. D. (2025). Pengaruh *Content Marketing*, *Online Consumer Review*, dan *Online Convenience* terhadap Keputusan Pembelian Online pada Tiket.com. *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 7(1), 104–117.
- Filieri, R., McLeay, F., Tsui, B., & Lin, Z. (2021). *Online Reviews and Consumer Behavior: A Meta-analysis and Research Agenda. Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102540.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hidayah, A. N., & Santoso, S. (2025). Pengaruh *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Raw and Bitter di Surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 14, 12.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 26 (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons, Inc.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: The future is immersive*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusumawardhani, Z., Wulandari, S., & Kasmirandi, K. (2025). Analisis Pengaruh Konten Digital dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(3), 2051-2058.
- Nafii'ah, D. F., Grahesti, A., & Putri, A. R. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Hasil Review Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung ke Madjris Raya Syeikh Zayed Surakarta. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 3(2), 112-133.
- Oktaviani, A. P., Poyo, M. D., & Waskito, B. (2025). Pengaruh Konten Digital terhadap Keputusan Pembelian Skintific pada Anggota Genbi Provinsi Lampung. *Jurnal Cyber PR*, 5(1), 43-55.
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Customer Trust terhadap Customer Purchase Decision Fcoffee & Roastery Manado*. *Jurnal Emba*, 10(1), 891-899.
- Rasulong, I., Yuniarti, A., & Rizal, S. (2024). Generasi Z dan Keputusan Belanja Online: Kualitas Informasi, Ulasan Pengguna, dan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Ed. 3). Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), 160-166.
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi konten digital*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Yam, J. H. and Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Yulianto, H. (2023). *Metodologi Penelitian Aplikasi di Manajemen Pemasaran*. Lontar Mediatama.