

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unrat Di E-Commerce Sociolla the Effect of Content Marketing, Search Engine Optimization, and Social Media Marketing on Purchase . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225–236. www.sociolla.com.
- Adhitya, F. (2022). Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v10i2.928>
- Ami Radianti, N. A. (2021). Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 20(1), 13–23. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.885>
- Anjani, H. P., & Andarini, S. (2025). Pengaruh Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Advertising Exposure Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Npure Di Tiktokshop. *Jurnal Analisis Dan Perkembangan Ekonomi (JAPE)*, 9(6), 14–26.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *BusinessHorizons*, 63(4), 469-479.
- Chairina, O. :, Amalia, D., Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Komunikasi-Jurusan, M., & Komunikasi, I. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Choirunisa, D. M., & Azizah, N. (2025). The Influence of Tiktok Content Marketing, Promotion and Online Customer Review on Shopee Marketplace Towards Online Impulsive Buying (A Study on Bare n Bliss Shopee Consumers in Surabaya). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 6(4), 2706–2717. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i4.4851>
- Damayanti, K., & Rahayu, B. S. (2024). Pengaruh Live Shopping , Online Customer Review Dan Konten Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Tiktok Shop Tahun 2024 dicari oleh generasi muda . *Aplikasi ini memudahkan pengguna mencipta , mengedit*. 16(2), 62–75.

- Darmawan, A. T. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing , Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang)*. 7(1), 778–790.
- Eva, O., Palbeno, R., & Rani, J. S. (2023). *Analisis Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare*. 1(2).
- Excelentia, I., Frendy, E., & Pelleng, A. O. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy di Kantor PT. Unilever Indonesia. *Productivity*, 2(3), 192–197. www.unilever.co.id
- Farhan Ahmad Hanief, & R Oktini, D. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 589–598. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.11423>
- Feri, Munajat, Rini Efrianti, F. P. S. (2025). Penerapan Influencer Marketing Terhadap Sensitivitas Harga Produk (Studi Pada Umkm Kota Baturaja). *Open Journal Systems*, 19(1978), 6233–6240.
- Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. 9(2), 173–194.
- Hartawan, A., & Mafra, Nisa Ulul, H. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang Dinas Kesehatan merupakan instansi pemerintah yang memberikan kebutuhan informasi dan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat , maka Dinas Kes. *Jurnal Manivestasi*, 2, 146–155.
- Indriawan, B. M., & Santoso, I. H. (2023). *Pengaruh Sales Promotion , Content Marketing , Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*. 11(1), 905–914.
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). *Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 17(2), 177–186.
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Khasanah, A. F. (2020). Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Trio Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 300–310. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1225>

- Khoirotun Isnaini, Y. D., & Andi Aisyah. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Layanan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kec Pasir Sakti, Kab Lampung Timur)*. 2, 1241–1262.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Linangkung, R. D. (2024). *Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Perancangan Dan Implementasi Teori AIDA Pada Content Marketing Dalam Social Media Marketing Instagram (Studi Kasus PT Dua Empat Tujuh)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA).
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mita Amelia , Hadita, W. W. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Focallure Pada Generasi Z*. 2(3), 1189–1203.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Mustika, R., Ndaru, M., & Rahayu, S. (2025). *Pengaruh Brand Image , Influencer Marketing , dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Aplikasi TikTok*. 4(3), 6533–6543.
- Mutmainna, N., Hasbiah, S., Haeruddin, M. I. W., Musa, C. I., & Hasdiansa, I. W. (2024). (Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 255–268. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.394>

- Nadifa Ariya Maulinda, & Slamet. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Economic Reviews Journal*, 4(2), 1209–1218. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i2.735>
- Nurlaily Suwondo M., A. N. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Contentmarketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Konsumen Produk Skintific Di Samarinda). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Prakoso, Z., & Rusdianto, R. Y. (2023). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3615–3632. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Oktaviana, L. D., Iriane, R., & Ajiono. (2022). Pelatihan Content Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing di UMKM Kab. Banyumas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 54–59. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1831>
- Prawiransyah, M. F., Setiawan, R., & Siregar, S. (2025). *Pengaruh Content Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Belanja Produk Fashion Generasi Z Di Tiktok Shop : Studi Kasus Bandar Lampung*. 66–78.
- Rialita, A. J., & Nuraeni, N. (2023). Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Minat Pengunjung Pariwisata Kota Metro. *JSHI: Jurnal Syariah Hukum Islam*, 2(2), 16-33.
- Ridha, A., Zaimar, F. R., Windarsari, W. R., & Haruna, H. (2025). Determinan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Usaha Mikro Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(6), 491-502.
- Ruly Kurniadi, A. W. (2024). Dampak Kualitas Produk Serta Influencer Marketing Dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi ISSN*, 4(1), 201–206.
- Sangapan, L. H. (2025). Peran influencer dalam komunikasi pemasaran: Sebuah tinjauan sistematis literatur internasional. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 3(3), 129-141
- Satiawan, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.238>

- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Thei, J. S., Kurniasandy, A. R., Lay, R. A., & Augustin, M. (2024). 13586-Article Text-17168-1-10-20240330. 13, 262–270.
- Yasinta, K. L., & Romauli Nainggolan. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Performa*, 8(6), 687–699. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806>
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education. This