

DAFTAR PUSTAKA

- Alhada Fuadilah Habib, M., Putri Ayusari Ratnaningsih, A., & Khoirun Nisa, K. (2019). THE CONSTRUCTION OF THE IDEAL MALE BODY MASCULINITY IN THE MISTER INTERNATIONAL PAGEANT. In *Journal of Urban Sociology* (Vol. 2, Issue 2). www.journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anindita, N. (n.d.).(2016). *PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS GAWASTA (Studi Kasus Pada Toko Perhiasan Gawasta di Madiun)*.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Aprilia, N., & Tetap STIE Bhakti Pembangunan -Jakarta, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE DI SENAYAN CITY. In *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia* (Vol. 6).
- Audina nur Liviania, Kurniati Rahayu Rini, & Zunaida Daris. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE. *JIAGABI*, Vol. 9, No. 2,(ISSN:2302-7150), 244–252.
- Chairina, O. :, Amalia, D., Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Komunikasi -Jurusan, M., & Komunikasi, I. (n.d.).(2020). *PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM STORIES @LCHEESEFACTORY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN* (Vol. 7).
- Etty Zuliawati Zed, Yunita Ramadhani Ratnaningsih, & Tri Mulyani Kartini. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–452.
- Fahimah Mar'atul, & Munfarida fikri nur. (2023). *REVIEW PRODUK DAN CONTENT MARKETING PRODUK FROZEN FOOD DI APLIKASI TIKTOK*. *JURNAL INVESTASI*, Vol.9/No.1(p-ISSN 2442-4331), 1–7.
- Fanani Iqbal, Djati S.Pantja, & Silvanita Ktut. (2017). PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) (Studi

- Kasus RSUD UKI). *Fundamental Management Journal* , Volume:1No.1 Part 3(2540-9220 (online)).
- Fitri Alamsyah, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v2i1.163>
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang : UNDIP.
- Ghozali Imam. (2018). *Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP. (9th ed.). Universitas Diponegoro.*
- Ghozali, I. (2021a). Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya (Y. Pratama (ed.)).
- Hayati Sri, & Saputra Andre Lalu. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management* , Vol. 2 No. 1(P-issn: 2828-8203 E-issn: 2828-7606).
- HUSEYNOV, F., & DHAHAK, K. (2020). The Impact of *Online Consumer Reviews* (OCR) on *Online Consumers Purchase Intention*. *Journal of Business Research - Turk*, 12(2), 990–1005. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.889>
- Joesyiana, K., Sekretari, A., Manajemen, D., & Bunda, P. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- Jonatan, G. N. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK TOTO DI SURABAYA Oleh*.
- Kadek, L., Martini, B., Sembiring, E., & Paulus, D. F. (2022). *CUSTOMER ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MODELIAFASHION PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA JAKARTA*. 4(1), 15–24. <http://jamas.triatmamulya.ac.id/>
- Kandoli Jifly. (2019). ANALISA PENGARUH PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TAXI ONLINE GO-CAR OLEH MAHASISWA FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, Vol.7 No.3(ISSN 2303-1174), 3458–3467.
- Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang Rini Fitri Yanti, terhadap, & Wahyudi, H. (2022). *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis 2022 Fakultas Ekonomi-UNISLA Lamongan*.
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>

- Listiyani, F., Haque, M. G., & Nurochani, N. (2023). Pengaruh Content dan *Review* Marketing TikTok Terhadap Keputusan Membeli Makanan Halal Gen Z: Studi di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(3), 494. <https://doi.org/10.32493/JEE.v5i3.29509>
- Magister, M. W., Pendidikan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Urnal Pendidikan Tambusai*, Volume 7 Nomor 1(ISSN: 2614-6754 (print) ISSN: 2614-3097(online)), 2896–2910.
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (n.d.). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIK-TOK DI WILAYAH DKI JAKARTA*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASE HANDPHONE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- M, N. S., & Andriana, A. N. (2023). PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *CONTENT MARKETING* DAN BRAND LOVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA PLATFORM TIKTOK SHOP. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>
- MS, N. A., Sakti, D. P. B., & Mulyono, L. E. H. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* MENGGUNAKAN MEDIA TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITTENING. *Unram Management Review*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.29303/ju.v2i2.258>
- Nabila, V. A., Alhada, M., Habib, F., Manajemen, P., Syariah, B., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh *Content Marketing* Aplikasi TikTok, *Online Customer Review*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601.
- Oktaviani, D., & Haliza, N. (2023). Pengaruh *Review* Produk Dan *Content Marketing* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 769–781. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.416>
- Rafidah Inas. (2017). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen ANALISIS KEAMANAN KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI LAZADA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 6(e-ISSN : 2461-0593).

- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>
- Rahmawati, suci. (2023). *ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCRs) DAN RATING: STUDI KASUS PEMBELIAN KOSMETIK DI SHOPEE* .
- Rakhmawati, R. K., & Trenggana, A. F. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment dan Harga Terhadap Minat Beli pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1000>
- Riyono, & Budiharja Erlik Gigih. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA. *JURNAL STIE SEMARANG, VOL 8, NO 2*(ISSN : 2252-826).
- Sadr, M. B., & Madiawati, N. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Yang Dipengaruhi Oleh Brand Image Pada Instagram Mcdonald's Indonesia The Effect Of Electronic Word Of Mouth And Content Marketing On Purchase Intention Influenced By Brand Image Of Mcdonald's Indonesia's Instagram* (Vol. 10, Issue 1).
- Salasbila, I. E., & Ramdhan, D. (2022). Influence of TikTok Marketing Content And Halal Awareness on Purchasing Decisions With Bpom Attributes as Intervening. *International Journal of Education, Information Technology and Others*, 5(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6578761>
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERJADAP MINAT BELI DI SOSIAL MEDIA TIKTOK. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Studi Manajemen, P., Ilmiyah, K., Krishernawan, I., Al-Anwar Jalan Raya Brangkal No, S., Mojokerto, S., & Timur, J. (2020). *Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO*. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan Engagement in 15 Seconds: Athletes' Relationship Marketing During a Pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 436–446. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0238>
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
- Wati, N. (2019). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN MARKETING *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA

PENGARUHNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (Studi Penelitian Terhadap Produk Pakaian Anak Pada Zahra Baby shop). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(2), 1–16. <https://doi.org/10.34010/jimm.v5i2.3757>

Woro Ayu Satiti, S., & Farid Wajdi, M. (2023). Pengaruh *Review* Produk, Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Pada TikTok Shop. *Journal Of Social Science Research*, 3, 7506–7521.

Yunani, A., & Kamilla, Z. N. (2023). Pengaruh *Content Marketing* TikTok terhadap Minat Beli @Somethincofficial Melalui Brand Awareness. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 3809–3825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4100>