

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., dan Mandagie, Y. 2022. Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>.
- Afifah, S. N., dan Rusnani, R. 2024. The Influence of Price, Product Quality, and Content Marketing, on Purchasing Decisions in Tiktok Shop E-Commerce (Case Study on Wiraraja University Students, Sumenep). *Nomico*, 1(4), 64–71. <https://doi.org/10.62872/42gyqj36>.
- Cahyono, Y. T., dan Wibawani, I. D. 2021. Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Hubusintek*, 1(1), 867–874.
- Derian, M. 2019. Content Marketing (<https://blog.wedia.gr/content-marketing-poliseis>).
- Faradita, P. A., dan Widjajanti, K. 2023. Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, 21(2), 130. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>
- Filieri, R. 2015. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261–1270. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>
- Ghoni, M. A., dan Soliha, E. 2022. Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Komalasari, D. 2021. Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- _____, dan _____. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 1(2).
- Laili Hidayati, N. 2018. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., dan Hutami, L. T. H. 2022. Pengaruh Online

Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>.

Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks.

M.N.Suwondo. dan 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, dan Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>.

Mahardini, S., Singal, V. G., dan 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>

Manurung, B. W., Dotulong, L. O. H., dan Loindong, S. S. R. 2024. Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace Shopee Pada Masyarakat Desa Sea Mitra 12(3), 880–891.

Mufid, S., Nida, N. A. dan Erlin, B. S. 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>.

Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Jakarta

Oktaviani, D., dan Haliza, N. 2023. Pengaruh Review Produk Dan Content Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. 6, 769–781.

Rahmayanti, S., dan Dermawan, R. 2023. Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management dan Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>.

Rini, Y. F., Wahyudi, H., dan Amrullah. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 379.

Riyanjaya, N. A., dan Andarini, S. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Andi Offset. Yogyakarta.

_____. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Andi Yogyakarta.

- Valentina, A., Rizal, M., dan Hardiningtyas, R. T. 2023. Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., dan Farla, W. 2021. Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.
- Yusuf, R., Hendawati, H., dan Wibowo, L. A. 2020. Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>.

