

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, H. Marbun,S, 2020. Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Review Produk di Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Mepphoto\_Project. Universitas Triatma Mulya. *Journal Research Management (JARMA)*. Vol. 02 No. 1, 58-67.
- Almana, Amal M and Abdulrahman A. Mirza (2013), The impact of electronic word of mouth on consumer's purchasing decisions. *International Journal of Computer Applicatian* (0975-8887) volume 82-No.9, November 2013.
- Anggi Nurijayanti, MG. Sukamdiani, Dian Noor Citra Perdana, 2023. Pengaruh review produk, konten marketing dan persepsi harga pada tiktok terhadap keputusan pembelian Camile Beauty BY Nadya Shafira. *Jurnal Wirausaha dan Ilmu Ekonomi (WIRANOMIKA)*, Vol 2 No 1, 01-17.
- Buchari, Alma, 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Bandung : Alfabeta*
- Cahyaningtyas Riska, Tri Indra Wijaksana, 2021, Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *e-proceeding of Management*. Vol 8 No 5, 6488-6498.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright.2007. Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia.
- Dian Addinna, Popy Rufaidah 2021, pengaruh electronic word od mounth dan emotional value terhadap brand trust studi pada pengguna skincare nature republic, *Manajerial*, Vol 20 No 1 Januari 2021, 145-158.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. *Bandung: Alfabeta*
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Gunawan, O.D, 2020. Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shoppe Berbasis Social. *Inovasi Pratama Internasional*.

Iduozee, Eni Elina. 2015. The Credibility of online Consumer reviews: case Lumene. Tesis University of Tempere.

Iona Vicenovie Oisina Situmeang, 2021, pengaruh daya Tarik Conten Marketing dan content review terhadap keputusan pembelian (survey pada followers akun @msglowbeauty). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol IV. II Agustus, 265-276.

Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition *New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Sons.

Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.

Kucuk, S. U., dan Krishnamurty, S. 2007. An Analysis of Consumer Power On The Internet. *Technovation*, 27, 47 – 56.

Lackermair, G. Kailer D & Kanmaz, K (2015), importance of online product reviews from a consumer's perspective. Munich University of Applied Sciences, Germany.

Liu, W.Ji & Nian, 2020, Identifying the types and impact of service provider's Responses to Online Negative Reviews in the Sharing Economy : Edivence from B & Bs in China. 8-10.

Mar'atul Fahimah, Nur Fikri Munfarida, 2023, Review produk dan Content Marketing produk frozen food di aplikasi Tiktok. *JURNAL INVESTASI*, Vol 9/No 1, April 2023. 1-7.

Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti, 2020. "Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada

Marketplace Shoppe (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *“Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 8(2): 882-88.*

Mia Adisty Amin, Lucky Rachmawati, 2020. Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Cunsomer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. Volume 3 no 2, 151-164.*

Mike Templeman, 2015. Content Marketing Doesn't Work. *Forbes*, August, 2015, Retrieved November 2015.

Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User Generated Content. *FGV EBAPE, Escola Brasileira De Administracao Publica De Empresas. Brazil.*

Muljadi, Iwuk dan Abdul Raul, 2022. Analisis pemasaran media sosial dan produk ulasan di marketplace shoppe saat pembelian keputusan. *Intregative Business & Economics. Vol 11 Edisi 1, 274-284.*

Pulizzi, J. (2013). Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less. *McGraw Hill Education.*

Ramayani Yusuf, Heny Hendrayati, Lili Adi Wibowo, 2020. Pengaruh konten pemasaran shoppe terhadap keputusan pembelian pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol 1 issue 2, Juli 2020.*

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Setiawan, L., & Savitry, Y. 2016. New Content marketing: gaya baru pemasaran era digital. *Gramedia Pustaka utama.*

Sinoka Ansari, Ghishwa Ansar, Muhammad Umar Ghorri, Abdul Ghaffor Kazi, 2019. Impact of brand awareness and social Media Content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administration Insights (JPVAI) 2(2):5-10.*

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.  
*Bandung: ALFABETA.*

Internet

<https://teknologi.id/aplikasi/peringkat-2-di-dunia-tiktok-jadi-aplikasi-pengguna-terbanyak-di-indonesia-pada-2023>

<https://campusdigital.id/artikel/tiktok-luncurkan-tiktok-shop-apa-sih-itu-?ref=farisfanani>