

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). Comparative Study of Post-Marriage Nationality Of Women in Legal Systems of Different Countries The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496-507
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. In *International Journal of Computer Applications* (Vol. 82, Issue 9).
- Antarakalbar, A. (2020, December 23). Produk kecantikan lokal jadi favorit dan diminati oleh pengguna TikTok. ANTARA News Kalimantan Barat. <https://kalbar.antaranews.com/berita/452416/produk-kecantikan-lokal-jadi-favorit-dan-diminati-oleh-pengguna-tiktok>
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- Assauri, S. (2007). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Raja Grasindo Persada.
- Claesson, A., & Jonsson, A. (2017). The Confusion of Content Marketing: a study to clarify the key dimensions of content marketing.
- Evania, S., Listiana, E., Wendy, ., Rosnani, T., & Fahrana, Y. (2023). The Effect of Influencer Marketing and Content Marketing on Customer Engagement and Purchase Decisions on Followers. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 12–20. <https://doi.org/10.9734/ajebe/2023/v23i2917>
- Filieri, R. (2016). What makes an online consumer review trustworthy? *Annals of Tourism Research*, 58, 46–64. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25* (9th ed.). UniversitasDiponegoro.
- Hasanah, U., Pudjoprastyono, H., Cordelia Izaak, W., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). The Influence Of Online Customer Reviews And Online Customer Ratings On Product Purchasing Decisions In The Marketplace (Study On Shopee Application Users In East Java). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Jayani, Dwi Handayani Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/be57ed78ccc44e2/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit NEM.
https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ&dq=keputusan+pe mbelian&source=gbs_navlinks_s
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited, Inc.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). Research note: What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*, 185-200.
- Maulana, H. (2021, October 24). Somethinc, brand kecantikan lokal, berhasil pimpin pasar skincare Indonesia. *Kumparan*. <https://kumparan.com/harris-maulana/somethinc-brand-kecantikan-lokal-berhasil-pimpin-pasar-skincare-indonesia-1wmYSjr6sD>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Ristanti, A., & Setyo Iriani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Saleh Syamsilasm, Z. A. K. A. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. *Jurnal Economica*, Vol. VIII. No.1.
- Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). Pengaruh konten pemasaran Instagram@ Tumbas. origine terhadap keputusan pembelian pada tahun 2020. *Jurnal Mebis*, 6(2).

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis* (Edisi ke-6). Jakarta: Salemba Empat.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Inflencer, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Somethinc.com (2024) <https://somethinc.com/id/>
- Steven, S., & Rakhman, A. (2023). Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Purchasing Decisions. *Global Research on Economy, Business, Communication, and Information*, 1(1), 14-23.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- TikTok. (n.d.). TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-gelar-ad-awards-2024-di-indonesia-rayakan-kampanye-kreatif-terbaik-dari-berbagai-brand-hingga-umkm>.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction* (Edisi ke-4). Yogyakarta: ANDI.
- Trasnco.com (2023) Tenar di 2 Marketplace Teratas, Somethinc Raih Penghargaan Brand Choice for Health & Beauty 2023 <https://www.trasnco.com/tenar-di-2-marketplace-teratas-somethinc-raih-penghargaan-brand-choice-for-health-beauty-2023.phtml>
- Tri, S., Kadarisman, S., & Sunarti, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 50, Issue 6).
- 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).
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.
- Za, S. Z., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D. C., & Achmad, G. N. (2021). Storytelling Marketing, Content Marketing, and Social Media Marketing on the Purchasing Decision. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2150>