

DAFTAR PUSTAKA

- Ambalao, Shapely, Ronny Walean, Marni Roring, dan Marselina Lay Rihi. 2022. "Pengaruh service quality, corporate image dan perceived value terhadap customer loyalty yang dimediasi oleh customer satisfaction di Rumah Sakit Advent Manado." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 8 (2).
- Arbaini, Pratiwi. 2020. "Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace Tokopedia." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7 (1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>.
- Ardianti, Asri Nugrahani, dan Widiartanto. 2019. "Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8 (2): 55–66.
- Banjarnahor, Astri Rumondang, Bonaraja Purba, Andriasan Sudarso, Syafrida Hafni Sahir, Risma Nurhaini Munthe, Iskandar Kato, Dyah Gandasari, et al. 2021. *Manajemen komunikasi pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bevan-Dye, Ayesha Lian. 2020. "Antecedents of generation Y consumers' usage frequency of online consumer reviews." *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 24 (2): 193–212. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0102>.
- Budiman, Raymond. 2020. *Rahasia analisis fundamental saham: Analisis perusahaan*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Fadhlillah, A. D., & Hidayati, R. (2022). Analisis Pengaruh Ulasan Pelanggan, Citra Merk, Dan Intensitas Promosi

Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Padang Panjang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).

Fathurrahman, Muhammad Miftahul, Diana Triwardhani, dan Jenji Gunaedi Argo.

2021. “Pengaruh influencer marketing dan viral marketing terhadap keputusan pembelian Bittersweet by Najla.” *Prosiding SENAPENMAS*, November, 1209. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>.

Filieri, Raffaele, Zhibin Lin, Giovanni Pino, Salma Alguezaui, dan Alessandro

Inversini. 2021. “The role of visual cues in eWOM on consumers’ behavioral intention and decisions.” *Journal of Business Research* 135 (Oktober):663–75. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.055>.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*

25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran

Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing Dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1348-1358.

Hutomo, Arry, Theresia Marditama, Nandan Limakrisna, Ilham Sentosa, dan John

Lee Kean Yew. 2020. “Green human resource management, customer environmental collaboration and the enablers of green employee empowerment: Enhancing an environmental performance.” *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 1 (2): 358–372.

Iskandar, Dila Faridatunnissa, dan Wachjuni. 2023. “Pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian dengan content marketing sebagai variabel intervening (Survei pada para pengguna TikTok yang berbelanja pada marketplace Shopee).” *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)* 6:620–30.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen pemasaran (Edisi Millenium)*. Diedit oleh Benyamin Molan. Jakarta: Prenhallindo.

———. 2010. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of marketing*. 17 ed. London: Pearson Education.

Kotler, Philip, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, dan Hongwei He. 2020. *Principles of marketing*. London: Pearson Education.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2020. *Marketing management*. 15 ed. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Lailiawati, Nurul. 2022. “Pengaruh content marketing, frekuensi penayangan iklan, dan kualitas pelayanan dalam sosial media (Instagram) terhadap impulse buying (Studi kasus pada toko Fashion Qomeshop Kota Kediri).” *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* 7 (1): 906–915.

Lengkawati, Arti Sukma, dan Taris Qistan Saputra. 2021. “Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut).” *Prismakom* 18 (1): 33–38.

Lidiawati, Hilmiati, dan Muhammad Mujahid Dakwah. 2023. “Pengaruh online

- customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Tiktok Shop di Kota Mataram.” *Jurnal Riset Pemasaran* 2 (3): 41–46. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3283>.
- Mahardini, Swesti, Virginio Gryffin Singal, dan Malik Hidayat. 2022. “Pengaruh content marketing dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tik-Tok di wilayah DKI Jakarta.” *Ikraith-Ekonomika* 6 (1): 180–87. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>.
- Mukarromah, Ustadriatul, Mirtan Sasmita, dan Lilis Rosmiati. 2022. “Pengaruh konten marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi minat beli pada pengguna aplikasi Tokopedia.” *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan* 2 (1): 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>.
- Ningsih, Eliska Sri Putri. 2019. “Pengaruh rating dan online customer review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee.” Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Oentoeng, Irvan Fc, dan Mochamad Muslih. 2021. “Sustainable marketing governance to drive purchasing decisions in online business.” *International Journal of Scientific Engineering and Science* 5 (1): 42–49.
- Ogi, Imelda W. J., Silcyljeova Moniharapon, dan Farah Diza. 2016. “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PT. Fifgroup Cabang Manado).” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4 (1).

- Palapa, Arika, dan M. R. A Sulkha. 2021. “Pengaruh kedisiplinan dan kompetensi terhadap kecelakaan kerja.” In *Prosiding Kemaritiman*, 165–85. Semarang: Universitas Maritim Amni.
- Pratiwi, Cindy Septia, dan Agus Purnomo Sidi. 2022. “Pengaruh kualitas produk, harga dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian scarlett body whitening.” *Relasi: Jurnal Ekonomi* 18 (1): 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>.
- Pratiwi, Gusti, dan Tukimin Lubis. 2021. “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Ud Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan.” *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 1 (2): 121–34.
- Putri, Latifa, dan Harimukti Wandebori. 2016. “Factors influencing cosmetics purchase intention in Indonesia based on online review.” In *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 255–63. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramadani, Anggi Fitriani, dan Ajat Sudrajat. 2022. “Influence of brand image on the purchase decision of drinking water in packed Le Mineral (Case study on Le Mineral konsumen in Karawang).” *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 20 (2): 35–52. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.964>.
- Santoso, Christopher, dan Dewi Mustikasari Immanuel. 2022. “Pengaruh celebrity endorser terhadap purchase intention pada iklan produk makanan.” *Performa* 6 (6): 494–504. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2146>.
- Saputri, Ary Dewi, dan Agung Guritno. 2021. “The effect of product quality, brand

image, and halal labeling on purchase decisions with purchase intentions as intervening variables.” *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)* 1 (Desember):359–74. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.36>.

Sekaran, Uma. 2013. *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

———. 2017. *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.

———. 2019. *Metode penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, influencer, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).

Simbolon, Sahat. 2022. *Ekonomi mikro: Teori dan aplikasi di perusahaan*. Sleman: Bintang Semesta Media.

Solomon, Michael R. 2020. *Consumer behavior: Buying, having, and being*. London: Pearson.

Sugiyono. 2014. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sumadi, Muhammad Tho'in, Tino Feri Efendi, dan Diyah Permatasari. 2021. “Pengaruh strategi pemasaran syariah, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus pada Naughti Hijab Store).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>.

- Udayana, Ida Bagus Nyoman, Lusiana Tria Hatmanti Hutami, dan Faturrahman Imam Hanafi. 2024. "Dampak influencer marketing dan online customer reviews terhadap online purchase decisions dimediasi oleh customer trust." *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 8 (1): 206–215.
- Uyuun, Sifa Nur. 2022. "Pengaruh influencer marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening Pada mahasiswa FEB Unesa." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 1 (2): 164–74. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.390>.
- Widjaja, Angela Mariska. 2023. "Pengaruh program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan: Uji variabel kepuasan sebagai pemediasi." Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Widodo, Slamet. 2021. "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Molivia Cafe (Studi kasus pada konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan)." *JUMANT* 13 (1): 101–22.
- Wong, David. 2017. "Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e-commerce: studi kasus pada pelanggan e-commerce di UBM." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 2 (2): 155–68. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>.
- Yodi, H. P., S. Widyastuti, dan L. S. Noor. 2020. "The effects of content and influencer marketing on purchasing decisions of fashion Erigo company."

Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting 1 (2):
345–357.