

DAFTAR PUSTAKA

- Al Insani, N., Rafiah, K. K., & Sondari, M. C. (2024). *The Effect of Content Marketing Tiktok @Wardahofficial on Wardah Cosmetic Buying Interest with Attention, Interest, and Desire as Intervening Variables (Case Study of Tiktok Users in Bandung City)*. *International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE)*, 2(3), 64–71.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astuti, R., Ardila, I., Rahman Lubis, R., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Muktar Basri No, U. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse *the Effect of Promotion and Product Quality on The Purchase Decision of Converse Brand Shoes* (Vol. 2, Issue 2).
- Bai, F., & Qin, Y. (2016). *The Implementation of Relationship Marketing and CRM: How to Become a Customer-Focused Organization*. In *Journal of Business & Economic Policy* (Vol. 3, Issue 2). *Www.Jbepnet.com*
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). *The Influence of Content Marketing Toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta*. [Http://Jurnal.Ustjogja.Ac.Id/Index.Php/Incotes/Index](http://Jurnal.Ustjogja.Ac.Id/Index.Php/Incotes/Index)
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta.
- Content Marketing Institute. (2017). *What Is Content Marketing?* Informa PLC.

- Damayanti, K., & Sri Rahayu, B. (2019). Pengaruh *Live Shopping, Online Customer Review* dan Konten Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Tiktok Shop Tahun 2024. *16*(2), 62–75. <https://doi.org/10.35457/Xxx>
- Elen Pratiwi, B. (2024). Pengaruh Direct Marketing Pada Live Shopping Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos. *Jrem*.
- Fadhilah, & Saputra G. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Dan *E-Wom* Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, *17*(3).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi*. Penerbit XYZ.
- Fitriani Rahma. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Di Kecamatan Medan Tembung). Universitas Medan Area.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haseng, S. (2025, March). Wardah Pionir Kosmetik Halal Yang Mengubah Wajah Kecantikan Muslimah Indonesia. *Goodnewsfromindonesia*.
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 17th Global Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education. (15th Ed.).
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., & Klar, J. (1991). *Adequacy Of Sample Size*.
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1).
- Milhinhos, P. R. V. (2015). *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case Videos & Tutorials and User-Generated Content*. *Brazilian School of Public and Business Administration*.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh *Live Shopping* Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online Dengan Metode *Systematic Literature Review* (Vol. 7, Issue 3). [Http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id](http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id)
- Muhamad, N. (2023). 10 Aplikasi Terlaris Di Indonesia 2022, Tiktok Juara. Databoks.
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada

- Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1, 2023.
[Https://Ejournal.Mediaantartika.Id/Index.Php/Jeba](https://Ejournal.Mediaantartika.Id/Index.Php/Jeba)
- Oktavianti, A. R., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Pengaruh *Streamer Product Knowledge* Dan *Streamer Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Live Shopping* (Vol. 7, Issue 3). [Http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id](http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id)
- Pandrianto, N., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2020). Digitalisasi Dan Humanisme Dalam Ekonomi Kreatif. *Gramedia Pustaka Utama*.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2).
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ariescy, R. R. (2025). Pengaruh *Content Marketing*, *Brand Awareness*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7.
- Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* Mengenai *Live Streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. 1(2), 131–143.
- Rossanty, A., Nasution, M., & Ario, B. (2018). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Penerbit ABC.
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2024). *Strategi Pemasaran Melalui Fitur Live Streaming Instagram*. Widina Media Utama. www.freepik.com
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th Ed.). John Wiley & Sons.

- Silaban, B. E., & Rosdiana, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla. *Manajemen Bisnis*, 23(3).
- Silaban, R. (2019). Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Konsumen*.
- Singh, C. (2023). *Marketing Terminologies: Digital, E-Commerce, Influencer, And Email Marketing Terms*. Chetan Singh.
- Song, C. & Liu, Y.-L. (2021). *Standard-Nutzungsbedingungen*. <https://hdl.handle.net/10419/238054>
- Steimle, J. (2014, September 19). *What Is Content Marketing?* [www.forbes.com](https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/). <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/>
- Sudiongo, A. (2022, September). 86 Persen Warga Indonesia Belanja Lewat Social Commerce, Produk Pakaian 61 Persen Mendominasi. [Jatimtimes.com](https://jatimtimes.com).
- Sudirjo, F., Purwati, T., Unggul Budiman, Y., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(5), 7524–7532.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Penerbit CV. Alfabeta.

- Sulaiman, M. R. (2025, January). Perjalanan Wardah: Pionir Kosmetik Halal Yang Menggebrak Pasar Kecantikan Indonesia. Suara.Com.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Andi Offset.
- Wijaya, S. F. N. (2022). Pengaruh *Live Shopping* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan). Universitas Pasundan.
- Wikipedia. (2025, April). *Paragon Technology and Innovation*. Wikipedia.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & 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. <https://doi.org/10.29259/Jscs.V2i2.38>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Adi Wibowo, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2).