

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, A.M., & Mirza, A.A. (2013). *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers Purchasing Decision*. International Journal of Computer.
- Amalia, C.D., & Lubis, E.E. (2020). *Pengaruh Konten Marketing Di Instagram Stories @Rycheefactory Terhadap Keputusan pembelian Kosnumen*. Jom: Fisip, Riau: 1-11.
- Andira, N. A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen.
- Ardianti, A.N. and Widiartanto, W. (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), pp.55-66.
- Arianty, Nel. (2013). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada PT. Indosat Tbk. Medan*. Ekonomi kawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 13.1.
- Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: *The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content*. 1-74
- Cahyaningtyas, Riska, and Tri Indra Wijaksana. (2021). *Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. eProceedings of Management 8.5
- Daulay, Nuraini. (2020). *Pengaruh Online Consumer Review dan Online Consumer Rating terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*.
- Ferdinand A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas. Diponegoro, Semarang.
- Frost, Raymond dan Judy, Strauss. (2016). *E-Marketing*. New York: Routledge.
- Hadi. (2004). *Metode Penelitian Wilayah Kotemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hidayati, N. L. (2018). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN : 2337-6708 Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018 Pengaruh Viral Marketing , Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya Nur Laili Hidayati Abstrak Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPT. 06, 77–84.
- Kala, N. (2020). *Pengaruh Price Conscious terhadap Keputusan pembelian Konsumen dengan Promosi Penjualan Berupa Gratis Ongkos Kirim dan Flash Sale sebagai Pemoderasi* (Studi Kasus
<http://repository.stieykpn.ac.id/809/%0A>
<http://repository.stieykpn.ac.id/809/1/Ringkasan Skripsi Nurhayati Kala>.
- Konuk, F. A. (2015). *The effects of price consciousness and sale proneness on purchase intention towards expiration date based priced perishable foods*. British Food Journal, 117(2), 793–804. <https://doi.org/10.1108/>
- Kotler , Philip., Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Son.
- Kotler, P, & Amstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke -12., Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. dan Gary, A. (2004). Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). Manajemen pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hanser, T. (2016). Marketing management. 15e, Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jilid 1. MM Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi kesebelas, Indeks,

Jakarta

- Kuncoro, Mudrajat. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Lichtenstein, D.R., Ridgway, N.M. and Netemeyer, R.G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study. *Journal of marketing research*, 30(2), pp.234-245.
- Maulana Dwi, M., Qomariah, N., & Hasan Hafidzi, A. (2021). Pengaruh Price Consciousness, Promosi Penjualan dan Online Customer Rview Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Unmuh Jember Journal* , 1–16.
- Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). *The Impact Of Content Marketing On*
- Moleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nulufi, K., dan Murwatiningsih. (2015). Keputusan pembelian sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, vol.4(2), hal.129–141. <http://id.portalgaruda.org/index.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=485481>.
- Puspitaningrum, I. A., & Kadi, D. C. A. (2023). *Pengaruh Fitur Live Streaming, Content Marketing, Dan Platform Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ms Glow Kota Madiun)*. SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi, 5.
- Rahmawati, A. I. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). *Pengaruh Online Customer*

- Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace.* *Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Rizky, M.F., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.* *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 14(2), 135-143
- Sangen, & Abdurrahman. (2019). *Pengaruh Konten Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Advertising Terhadap Keputusan pembelian Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin.* *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan, Banjarmasin*: 42-27.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh.* Jakarta: PT. Indeks Group Media
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen (7th ed.).* Jakarta: Indeks
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip.* Jakarta: Indeks.
- Setyaningsih, T. (2021). *Pengaruh Islamic Branding, Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya oleh Masyarakat Ponorogo.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, 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(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Soh, C. Q. Y., Rezaei, S., & Gu, M. L. (2017). *A structural model of the antecedents and consequences of generation Y luxury fashion goods purchase decisions.* *Young Consumers*, 18(2), 180–204. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2016-00654>
- Spears, N., & Singh, S.N. (2004). *Measuring Attitude Toward The Brand and Puechase Intentions.* *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. Vol. 26, no. 2, hal. 53-556.
- Suatama, Jasa. (2013). *Analisis strategi inovasi atribut produk dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada skuter matik merek honda*

vario di kota Semarang. Jurnal STIE Semarang 5.2 : 131525.

Sugiarti, D. I. (2021). *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH) Pengaruh Consumer Review Terhadap Pembeli Terhadap Toko Online Shopee Keputusan.* Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH, 1(9), 954–962

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta

Supriatna, A., Gustian Anugrah, T., & Nuraidah. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang.* Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember, 8(24), 78–85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594>

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset.

