

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiyah, V. (2024). *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk tas jims honey di sampit*. 4(1), 549–557.
- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97–106. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>
- Anggraini, N. P. N., Restuningtyas, Y. A., & Jodi, W. G. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, dan Online Customer Review Pada Keputusan Pembelian Online. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196>
- Darnis, H., Tachta, H. S., Akhmad, I., Manajemen, J., & Riau, U. M. (2024). Pengaruh Content Marketing, Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(2), 1272–1301.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*.
- Indahlya, A., Bachri, S., Sutomo, M., & Dwiwijaya, K. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, ContentMarketing, Dan Electronic Word of Mouth TerhadapKeputusan Pembelian Di Tiktok Shop(Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen (JREM)*, 15(4), 1–19. <https://jurnalhost.com/index.php/jrem/article/view/868/1077>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 jilid 1). Erlangga.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Aramis*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.1628/978-3-16-156172-6>
- Milhinhos, P. (2015). the Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: the Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content. *Escola Brasileria De Administracao Publica E De Empresas (FGV EBAPE)*, 1–75.
- P.kotler, & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 jilid 1). Erlangga.
- Putra, A., Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tik Tok Shop Di Kota Bengkulu. *Manajemen Bisnis*, 13(2), 133–142. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/jmb.v13i2.12021.g5599>

- Rauf, A., Kusdianto, & Gustiani, L. P. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Merk Reloas Victory (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kota Tangerang)*. 5(1), 88–101. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4136>
- Sardanto, R., Muslih, B., & Tohari, A. (2012). *No Work No Pay: Point Sistem Learning As Tqm Innovation In Higher Education*. 20(20), 93–105.
- Sholikah, D. S., & Ahmadi, M. A. (2024). *Live Streaming , Online Customer Review dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merek Jims Honey*. 1(4), 148–159.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI Yogyakarta.
- Yola, A., & Syaefulloh. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993–4016. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- 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>