

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Al-Wasilah, S. A., Hidayanti, V., Maghfiroh, U., Mayliana, K. Z., Triyanah, S., Ardana, N. R., Dewani, L., Aqila, K. N., & Caroline, P. M. (2025). *Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Preferensi Gaya Make Up*. 4(2), 170–185.
- Amelia, R. D., & Rachman, M. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280.
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Aurani, K., & Dirbawanto, N. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Pada Konsumen Sociolla Kota Medan). *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(2). <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMABEDI/article/view/101%0Ahttps://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMABEDI/article/download/101/140>
- Ayuni, D. S., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh Content Marketing, Harga, dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Nikisae Group. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 481–491. https://repository.unpkediri.ac.id/15672/%0Ahttps://repository.unpkediri.ac.id/15672/10/RAMA_61201_2012010094_0712026201_0730127403_01_front_ref.pdf
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. 8(5), 6488–6498.

- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. In *Repository Universitas Jember*.
[https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/93165/Iskandar Dzulqarnain-150910202031.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/93165/Iskandar%20Dzulqarnain-150910202031.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Inkasari, N. Y., Haifa, & Maspufah, H. (2024). *Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Marketplace TikTok Shop Di Jember*. 5(2), 186–205.
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>

- Kartika, D. (2021). Analisis Inovasi Produk, Kuantitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Make Up Artist Mey Slowis Cikampak. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 1(4), 546–563.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 1003–1011. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.136>
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kristina, N. A., & Aminah, S. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Online Customer Review Di TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cuci Muka Garnier*. 7, 1107–1114.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian : Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403.
- Maharani. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari)*.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Marriel, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mother Of Pearl*.
- Maulidar, C. S. (2022). *Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer*

- Rating, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. 9, 356–363.
- Melpiana, E., & Sudrajat, A. (2022). *Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow Beauty*. x(x), 106–118.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect of Lifestyle and Price on the Decision of Purchase of Nike Shoes (Case Study of Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Nabila, V. A., & Habib, M. (2023). Pengaruh Content Marketing Aplikasi TikTok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.
- Nurzakiyya, I. S. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Bidang Jasa*.
- Pidada, I. A. I., & Suyasa, P. G. G. T. (2021). The Impact of Content Marketing, Influencers, and E-Promotion on Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 31(2), 117. <https://doi.org/10.20473/jeba.v31i22021.117-123>
- Pratiwi, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Putra, A. V., Qaeda, M. I., Rasyid, M. A., Aidil, F., Khumairoh, H., Fiola, N., Mulyanti, K., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik*

Wardah. 6(11).

- Rahman, T. (2019). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Caffé Go-Kopi Di Kota Malang)*.
- Ramadhana, R., & Nicky, M. F. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace*. 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5(6), 1–10.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Medi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–11.
- Shahirah, R. A. (2023). Pengaruh Review Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 626–630. <https://doi.org/10.60126/maras.v1i3.119>
- Sopang, F. I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Pembelian Produk Mie Instan (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Dharmawangsa). *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(1), 24–36.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48-61.
- Supriatna, A., Nuraidah, & Anugrah, T. G. (2022). Pengaruh Content Marketing

- Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 78–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594>
- Suwondo, N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>
- Syahvitri, A. L. (2023). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Instagram Kuliner Tanjungpinang*.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). Aplikasi SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. 7, 2896–2910. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yanti, R. F., & Wahyudi, H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 376–386.