

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V14i2.7504>
- Adil Satiawan, A., Solling Hamid, R., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok.
- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City) Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ardianto, K., Putri Nuriska, F., & Nirawati, L. (2020). Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. www.kemenperin.go.id
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil Dan Menengah. In *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Ariani, A. M., Lam'ah Nasution, S., Hendry, S. M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Governance: *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Skincare Skintific Shopee Online Shop*.
- Arifa, R. N., Juma'i, A., & Dewantara, N. (2024). Pengaruh E-Wom, Live Video Promotion, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(4), 940–950. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i4.1393>

- Bila, F. S. S., & Nur Asnawi. (2024). Dampak Word Of Mouth Dan Online Review Terhadap Minat Beli Konsumen Masyarakat Kota Malang Pada Produk Camille Beauty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7). <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i7.3112>
- Cahya Agus Dwi, Martasari Aini, Ramadhani Pramudhita Annisa, & Wulandari Retno. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Umkm Baso Aci Ena Yogyakarta) (Agus Dwi Cahya).
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Tokopedia) 1 (Vol. 15, Issue 3).
- Dewi, Q. D., & Wideasanty, G. (2023). Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Public Relations Scarlett Whitening Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(4), 190–209. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Jekombital>
- Disastra, D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Di Bandar Lampung) (Vol. 2, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/Smart/Issue/Archive>
- Dwi, C., Lolonto, C., Amir Isa, R., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 216–223. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10466095>
- Dwi Setiana, N., & Tjahjaningsih, E. (2024). The Influence Of Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Reviews On Satisfaction And Its Impact On Tiktok Consumer Loyalty (Study On Semarang City Students) Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Loyalitas Konsumen Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Kota

Semarang). *In Management Studies And Entrepreneurship Journal (Vol. 5, Issue 1)*. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Elistia, E., Nurma, A., Bisnis, M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Theory Planned Behavior Dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik Pada Generasi Y Di Jakarta Theory Of Planned Behavior In Product Purchase Intention Organic Cosmetics For Generation Y In Jakarta (Vol. 1, Issue 1).

Fahimah Mar'atul, & Munfarida Nur Fikri. (2023). Review Produk Dan Content Marketing Produk Frozen Food Di Aplikasi Tiktok.

Grace, N. E., Program, Z. F., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Lazada. 5, 3945.

Hardiyana, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, M., & Marhamah, S. (2023). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Cv Laditri Karya. *Journal Of Accounting, Management, And Economics Research (Jamer)*, 1(2), 75–92. <https://doi.org/10.33476/Jamer.V1i2.29>

Hermawan, H., Hersona, S., & Suyaman, D. J. (2024). The Effect Of Influencer Marketing, Content Marketing, And Price Perceptions On Consumer Purchase Intention (An Investigation Of Luxcrime Cosmetic Consumers In Karawang). *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 189. <https://doi.org/10.31602/atd.v8i2.13763>

Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Paret0 : *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*.

Intan Yohana Sidauruk, E. D. A. A. L. H. A. K. U. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing Dan Online consumer review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific.

Irisha Palda, A., & Yunita, D. (2024). Pengaruh Content Creation, Content Sharing, Connecting Dan Community Building Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 3d Stable Equestrian (Vol. 5, Issue 1).

Kannan, P. K., & Li, H. (2016). Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda. <https://Ssrn.Com/Abstract=3000712> electronic copy available at: <https://Ssrn.Com/Abstract=3000712> electronic copy available at: <https://Ssrn.Com/Abstract=3000712>

Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli Info Artikel. In Jee (Vol. 5, Issue 2). <http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Jeec>

Kristanto Okta Dwi, Indraningrat Ketut, & Prasetiyaningtiyas Susanti. (2017). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl.

Lina Nurhayati, & R.A Nurlinda. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Customer Online Review Pada Minat Beli Melalui Customer Trust Di Tokopedia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3697–3705. <https://Doi.Org/10.55927/Mudima.V2i10.1507>

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. Fihris: *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://Doi.Org/10.14421/Fhrs.2021.161.40-59>

Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://Doi.Org/10.30588/Jmp.V9i2.538>

Nurchasanah, D., Lukitaningsih, A., Cahyani, D., Bagus, I., & Udayana, N. (2023). Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop. <https://Doi.Org/10.47476/Reslaj.V5i3.1693>

Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah.

Pranika Sundamanik, R., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). The Influence Of Influencer Endorsement And Online Consumer Reviews On Buying Interest In N'pure Skincare Products On Tiktok Pengaruh Influencer Endorsement Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare N'pure Pada Tiktok. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Vol. 5, Issue 2)*. [Http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej)

Putri Sari, S. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 8(1), 147–155.

Regiasa Tubagus. (2022). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapur Pada Pt. Surya Besindo Sakti Di Kabupaten Serang.

Rizalina, & Nadirman. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Harga Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Solok). In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Vol. 01)*.

Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. In *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial (Vol. 19, Issue 2)*.

S. Hasanah Miftachul, & Khoiri. M. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Noera Collagen Drink Di Tiktok.

Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. 7(2), 2023.

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Vol. 9, Issue 2). Desember Hal.

Silalahi, I. V., & Sembiring, C. F. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Minat Investasi Pengguna Aplikasi Investasiku Pada Mega Capital Sekuritas The Influence Of Marketing Mix Strategies On The Investment Interest Of Investasiku Application Users At Mega Capital Sekuritas.

Stefani, V., Listiana, E., Afifah, N., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2023). The Influence Of Online Customer Review, Live Tiktok, On Purchase Decision Of Somethinc Products With Customer Trust As A Mediation Variable On Tiktok Social Media. The Influence Of Online Customer Review, Live Tiktok, On Purchase Decision Of Somethinc Products With Customer Trust As A Mediation Variable On Tiktok Social Media Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (Cc By-Nc 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12, 2023. [Http://Ejournal.Sea.ninstitute.Or.Id/Index.Php/Ekonomi](http://Ejournal.Sea.ninstitute.Or.Id/Index.Php/Ekonomi)

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D.

Susanti Dilla, P. N. M. I. M. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Content Marketing, Varian Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Di Platform Tiktok.

Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 Dan Taman Arizona 3 Di Talang Jambi Palembang).

Suwondo, N. M., & Noor Andriana, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Konsumen Produk Skintific Di Samarinda). 7(3), 2023.

Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen (Vol. 5, Issue 1)*. [Http://Jurnal.Unswagati.Ac.Id/Index.Php/Jibm](http://Jurnal.Unswagati.Ac.Id/Index.Php/Jibm)

Wulandari Ratna. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan.

Zahra Nabillah, A., & Ivan Taruna, H. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek).

