

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Nurijayanti, MG. Sukamdiani, D. N. C. P. (2023). PENGARUH REVIEW PRODUK, KONTEN MARKETING DAN PERSEPSI HARGA PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAMILLE BEAUTY BY NADYA SHAVIRA. *Jurnal Wirausaha Dan Ilmu Ekonomi (WIRANOMIKA)*, 2(1), 1–17.
- Annur, C. M. (2023). *10 Kategori Video yang Paling Banyak Dicari Pengguna TikTok di Indonesia*. Databoks.Katadata. [https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/c0e72649af12d4f/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-tiktok-indonesia-ada-favoritmu#:~:text=Berdasarkan hasil survei Milleu Insight,mencapai 56%25 dari total responden](https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/c0e72649af12d4f/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-tiktok-indonesia-ada-favoritmu#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Milleu%20Insight,mencapai%2056%25%20dari%20total%20responden.).
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 434–440. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.66>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKN*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Cresentia, A., & Nainggolan, R. (2022). Pengaruh Kredibilitas Dan Trustworthiness Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Performa*, 6(6), 526–535. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i6.2156>
- Dessert, P., Bittersweet, B., Ekonomi, F., Udayana, U., Jl, A., Bukit, K., & Bali, K. (2024). *Pengaruh Content Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian PENJUALAN BITTERSWEET BY NAJLA BALI PADA E-COMMERCE TAHUN 2023*. 20(September).
- Dewi, Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689–1699.
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing

dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 178–190. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>

Ernawati, S., & Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, P. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Wilayah Kota Bima. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(2), 1150–1157. <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM>

Erwin. (2023). *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. 31/10/2024.

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.

Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progra IBM Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. (2023). Strategi Influencer Marketing Pada Rahsa Nusantara Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 725. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.869>

Harga, P., Marketing, I., Merek, K., & Keputusan, T. (2024). *Pengaruh harga, influencer marketing, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian serum somethinc di kabupaten tangerang*. 30.

Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>

Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>

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>

Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Imawan, S. H. (2021). Pengaruh influencer online marketing raffinagita terhadap purchase intention produk ms glow men dengan behavior control sebagai variabel moderating di Instagram (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Kristen Petra). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–7. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/11945>

- Indahlya, A., Bachri, S., Sutomo, M., & Dwiwijaya, K. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, ContentMarketing, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan 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>
- Irawan, F. D., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh Content Marketing, Kolaborasi Brand dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 155–164. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kadengkang, J. A., & Linarti, U. (2020). Pengukuran perilaku dan niat beli produk kosmetik halal melalui modifikasi theory of planned behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.8769>
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Kasus di Billionaire Store Bandung ). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. (Monalisa (ed.)). PT RajaGrafindo Persada.
- Kumalasanti, M. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta. *Journal Competency of Business*, 6(01), 77–94. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1306>
- Labu, C. P. Y., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN CONTENT MARKETING*. 1, 232–242.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18 (1)(1), 33–38.
- M. Amir, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi 59*, 1(59), 10.
- 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>
- Majid, A., & Nur Faizah, E. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Bhs Melalui Aplikasi Tiktok. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 105–116. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.131>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>

- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Masitoh, S., & Adjid, M. W. M. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 274–279.
- Ngesti, A. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Kota Yogyakarta. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77. <https://doi.org/10.31315/be.v18i1.5626>
- Nurhasanah, S., Nugraha, M. S., & Subhi, I. (2022). *Metodologu Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Aplikasi, dan Contoh Kasus)* (Susilawati (ed.)). Media Edu Pustaka.
- Pangestu, A. D. (2024). *Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah ( Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya )*. 2(8), 314–324.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Purwanto Y, & S. W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Produk Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- 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).
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Akalili, A., Kulau, F., & Zhuaida, -Az. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Maybelline. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.

- Sadevia, N. N., Artika, I. B. E., & Satriawan. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Shopee. *Kredibel Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 51–59.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada PEGIPEGI di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Saputri, A. D., Handayani, S., & DP, M. K. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT Putra Karisma Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 25–42. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i1.211>
- Sari, C. D., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–19.
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 488–501. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.135>
- Satiawan, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.238>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8th ed.). Salemba Empat.
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 326–341.
- Sianturi, A. G., Pudjoprastyono, H., Azhar, R. M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH DI KOTA SURABAYA*. 17(3), 5–11.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliati, E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In *Yayasan kita menulis*. <https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAAQBAJ&pg=PA113&dq=definisi+loyalitas&hl=ban&sa=X&ved=2ahUKEwjBm8X0o5fzAhU36XMBHZ8HAscQ6AF6BAGFEAI#v=onepage&q=definisi%20loyalitas&f=false>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Sutopo

(ed.)). Alfabeta.

- 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>
- Wibowo, A. (2023). *Pemasaran melalui Influencer (Marketing via Influencer)* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas STEKOM.
- Windi, R., & Tampenawas, J. L. . (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing Dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023). *Tampenawas 772 Jurnal EMBA*, 11(3), 772–784.
- Yafi Faishal Riskyady, & Raya Sulistyowati. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181–1187. <https://ln.run/NC3CD>

