

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In *Aswaja Pressindo (1st ed.)*. Aswaja Pressindo. Aswaja pressindo.
[https://idr.uin-antasari.ac.id/5014/1/Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/5014/1/Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Kotler, P., Keller, K. L., Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edi)*. P. Ed Custom Books.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawani (Ed.))*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2018) *Principles Of Marketing*, Edisi : 17, United kingdom : Pearson Education Limited.
- Firmansyah Anang, 144 2019. (2020). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy)*. Manajemen Pemasaran, 141.
- Adha Bilqis Ibrahim, K., & Gustina, D. (2024). RANCANG BANGUN APLIKASI BERBASIS ANDROID UNTUK BRAND CLOTHING SAND BEACH DENGAN SKEMA DISKON MENGGUNAKAN HUNGARIAN ALGORITHM. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1987>
- Anggraini, D. (2021). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERUBAHAN HARGA SAHAM ARTIKEL INFORMASI ABSTRAK. *JBEMK*, 1(1), 1–13. <https://ihsg-idx.com/>
- Rahmawati, A. (2024). PENGARUH CONTENT MARKETING TIKTOK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANASUI DENGAN CELEBRITY ENDORSER. 1–13. <http://repository.unim.ac.id/5365/>
- yoga, A. (2024). *The Influence of Content Marketing and E-Wom On Social Media On Purchasing Decisions at Kopi Roemah Kesambi*. <https://return.publikasikupublisher.com/index.php/return/article/view/236>
- aminah, A. (2021). *Pengaruh Penjualan Online di masa Pademi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara*. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/407>

- dwijantoro, A. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. <https://repository.upnvj.ac.id/12796/>
- yosi inkasari, Y. (2024). *PENGARUH HARGA, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA MARKETPLACE TIKTOK SHOP DI JEMBER*. <https://jurnal.itsm.ac.id/index.php/prodimanajemen/article/view/1336>
- Mohammad, W., & Ryca Maulidiyah, N. (2023). PENGARUH AKSES INTERNET TERHADAP ASPEK KUALITAS KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA. *Multidisiplin Ilmu Sosial*, 01(2), 30–45. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=e1XW5PIAAAAJ&citation_for_view=e1XW5PIAAAAJ:kc_bZDYkSQ_C
- Mole, B., Cook, P., & Crabtree, R. M. (2019). *Influence of Micro-Celebrities on the Formulation of Social Media Marketing Strategies*. <https://pdfs.semanticscholar.org/2b52/201a60c63a679024eb2ed22a2ad74eccff14.pdf>
- purwita sari, m, sanjaya, V., ronaldi, d, & aulia racman, l. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Entrepreneur Dan Bisnis*, 1, 122–129. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/view/513>
- Putra, D. F., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Vidiodotcom). *Economics and Digital Business Review*, 4, 279–284. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/600>
- Rafikasari, T. (n.d.). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SIRKAH PURBANTARA UTAMA Prijati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*. Retrieved May 20, 2025, from <https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1084/3/3.%20BAB%20II.pdf>
- Rahmadani, D., Pasiri, H. Y., Avicenna, A., Sultan, J., 259, A. N., Sari, G., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). Strategi Reading Aloud dalam Menumbuhkan Minat Membaca Peserta Didik Kelas III UPT SD Negeri 5 Turatea. *Pendidikan Dan Bahasa*, 1, 308. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i3.539>
- Rahman Azhari, A., Munandar, I., & Purnama, I. (2025). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MARKETPLACE TIKTOK SHOP

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA BIMA). *Jurnal Satyaagraha*, 08(01), 2620–6358.
<http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyaagraha>

Wong, V. C., Fock, H., & Ho, C. K. Y. (2020). Toward a Process-Transfer Model of the Endorser Effect. *Journal of Marketing Research*, 57(3), 565–581.
<https://doi.org/10.1177/0022243720910453>

