

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Antika, & Lu' Lu Ul Maknunah. (2023). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop. *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran Dan Ilmu Sosial*, 1(3), 11–22. <https://doi.org/10.61132/Sadewa.V1i3.34>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, Nendy Pratama, Octavia, Yusi Faizathul, Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, Siti Yuiana, Irwansyah, T., Sahadarliyah, Andayani, Sri Umiatun, & Tabun, Melkianu Albin. S. (2022). *Manajemen Pemasaran* (A. Bairizki (Ed.); Issue September 2014). Seval Literindo Kreasi.
- 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.
- Anwar, R. N., Handayani, E. N., Quintania, M., & Nova, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Bahan Bakar Minyak Pertamina Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(5), 2023. <https://journal.ikopin.ac.id>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arini, D. A. F., Hartono, S., & Istiqomah, I. (2022). Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Ditinjau Dari Celebrity Endorser, Online Customer Review Dan Rating. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 887–898. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V4i4.1005>
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran* (Yusup (Ed.)). Cv. Ld Media.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset*

*Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477.  
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>

B. W. Manurung ., L. O. H. Dotulong ., S. . S. . R. . L. (2024). Pengaruh *Content Marketing*, *Online Costumer Review*, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *Marketplace* Shopee Pada Masyarakat Desa Sea Mitra. 12(3), 880–891.

Banis, A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, Pengetahuan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitenning Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4788–4796.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1036>

Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>

Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista, 8(5), 6488–6498.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16484>

Darwin, M., Sylvia, M. R. M. S. A. S. Y. N. H. T. D., Prasetyo, I. M. D. M. A. B., & Gebang, P. V. A. A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif (Issue June 2021). Cv. Media Sains Indonesia.

Delicia, C., & Paramita, S. (2022). Konten Tiktok Untuk Meningkatkan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic Dan Agate Deluxe). *Koneksi*, 6(1), 218. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15768>

- Dewi Anggraeni, A., & Berlian, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Pada Pt. Fuchs Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–6.
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/Jab.9.1.2019.23710.128-136>
- Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal Of Economic And Management (JECMA)*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.46772/Jecma.V2i1.611>
- Febriyani. (2023). Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee.
- Fitantina, Yudha Mahram DS, & Annanta M. Alief. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang (Ump). *Motivasi Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 45–53.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee Berbasis *Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., & Risma, S. K. (2022). Prediction Of Online Purchase Decisions: A Case Of Nongshim Instant Noodles Consumers. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Jagaditha*, 9(2), 115–124. <https://doi.org/10.22225/Jj.9.2.2022.115-124>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2024). 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>
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran* (A. Deden, R (Ed.)). Kaizen Media Publishing.

- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.44-50>
- Jenita, N. K. S., Astiti, N. P. Y., & Adhika, I. N. R. (2023). Pengaruh Job Description, Sistem Kerja Dan Pelatihankerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Kabupaten Gianyar. *Jurnal Emas*, 4(1), 81–93. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6109>
- Julitawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. <https://www.ejournal.pinci.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). Analisa 7P Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Padaperumahan Grand Sutawangimajalengka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(1), 13–20. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kristina, Nabila, A., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Online Customer Review Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cuci Muka Garnier. 7, 1107–1114.
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Survei Pada Shopper Live Streaming@ Louissescarlettfamily). *The Commercium*, 8(01), 87–97. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/commercium/article/view/58930>
- Masdaini, E., & Dewi, Hemayani, A. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Pada

- Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 22.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadapminat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Open Journal Systems*, 17(05), 795–802.
- Melati, Riska, S., & Dwijayanti, R. (2024). Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 222–236.  
<https://doi.org/10.30640/Ekonomika45.V11i2.2439>
- Mulyana, S. R. I. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. 42.
- N. Atik. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *Amanu: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167.  
<https://doi.org/10.30656/Sm.V7i2.4139>
- Nefrida, N., Riati, R., & Mustofa, R. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi Kasus : Mahasiswa Stie Persada Bunda Di Pekanbaru). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 166–183.  
<https://doi.org/10.35446/Bisniskompetitif.V1i2.1075>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal Of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/Jsr.V1i1.1067>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: *Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang*

- Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Nurfitri, R., Sudartono, T., Ganesha, P. P., & Barat, J. (2023). The Impact Of The Promotion Mix On Purchase Decisions By Consumers On Tiktok Social Media @Anaira.Official Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Di Media Sosial Tiktok @Anaira.Official. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2417–2425. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Nurulita, F., Kamarudin, & Asmini. (2023). Analisis Determinantingkat Kemiskinan Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 261–272.
- Pangkey, R., Wantah, E., Sumual, T., & Manongko, A. (2022). Analisis Masalah Dan Kebutuhan Pengembangan Konten Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Untuk Pemasaran Produk Keramik. *YUME: Journal Of ...*, 5(3), 567–572. [Https://Doi.Org/10.37531/Yume.Vxix.348](https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.348)
- Pingkan Atmarti Arumingtyas, Yugi Setyarko, & Ravindra Safitra Hidayat. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Heylook Official Shop Pada Market Place Shopee. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 329–340. [Https://Doi.Org/10.61132/Maeswara.V1i6.414](https://doi.org/10.61132/Maeswara.V1i6.414)
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. 1(3), 6.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. [Https://Doi.Org/10.31004/basicedu.V5i1.787](https://doi.org/10.31004/basicedu.V5i1.787)

- Purwanto, N. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang). *Jurnal EK&BI*, 4, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Rahmadani, S., & Akbar, I. R. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Suku Dinas Pendidikan Wilayah I Kota Administrasi Jakarta Selatan. *JORAPI : Journal Of Research And Publication Innovation*, 1(3), 926–936.
- Ramadhana, R., & Nicky, M. F. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: *Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Sendianto. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus Pada PT. Askotama Inti Nusantara). *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 16(2), 85–94.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sofy, M. M., Triadinda, D., & Yani, D. (2023). Penerapan Bauran Promosi Pada Radio Lazuar 94.1 FM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 66–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.994>
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.

ALFABETA, Cv.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.

Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V3i4.977>

Valentina, A. N., & Habib, M. A. F. (2023). Pengaruh *Content Marketing* Aplikasi Tiktok, *Online Customer Review*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *E-Journal Riset Manajemen*, 8(2), 590–601.

Widana, W., & Muliani, Putu, L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. *Klik Media*.

Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/Jumanage.2022.1.2.89>

**Website:**

<https://databoks.katadata.co.id>, 2024

<https://data.goodstats.id>, 2024

<https://www.instagram.com>, 2024

<https://images.app.goo.gl/TsZaB5tG6TpkgkoV6>, 2024

<https://indonesia.go.id>, 2024

<https://nova.grid.id>, 2024

<https://www.kompasiana.com>, 2024

<https://modest.id/news>, 2024

<https://gazelook.id/brand/camille>, 2025