

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 45–51.
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 15(3), 238–251. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Bening, B. & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. In D. S. Setiana, A. Setiawan, D. Supriadi, K. H. Najib, T. Ardhian, N. A. Handoyono, I. Widyastuti, & L. Tiasari (Eds.), *International Conference on Technology, Education and Science* (pp. 138–148). Yogyakarta. COREMetadata, citation and similar papers at core.ac.uk Provided by Journal Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST)
- 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>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.362>
- Iisnawati, I., Rosa, A., & Yunita, D. (2021). Penerapan Strategi Harga Digital (E-Price) dan E-Wallet pada Usaha dengan Platform Digital. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 53-58. doi:<https://doi.org/10.29259/jses.v2i1.39>.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing (15th Global Edition)*. England: Pearson Education.
- Kotler, Philip, and K. L. Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- 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>

Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, K. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28. doi:<https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>.

Michael Chandrawijaya, A. A. (Maret 2022). Pengaruh EWOM dan Content Marketing Intagram Reels terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Indonesia . *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. 07, No. 01, Hal. 1-14.

Muhamad Juliatri Chairul Akbar, S. (Juli 2018). Pengaruh Eleketronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survri pada KONsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 60 No. 3.

Ni Putu Aprilia Dewi, F. F. (Januari 2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth pada Platfrom TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. 4 178-190.

Permatasari, Elien Nira. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket." *Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*

Prastyo, K., & Suryadi, N. (2018). Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka 71 Bento. *Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2, 1–10.

Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.752>

Putri Hendriyani, M. E. S. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Electronic Word Of Mouth Kepada Keputusan Pembelian Produk Mad For Makeup Di Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 7(3), 354–367.

Sarjono, H, and W Juliatina. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset. *Jakarta: Salemba Empat*

Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2010. Consumer Behaviour (10th edition). *Pearson Education*.

- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Shalsabilah, N. A., & Firmansyah, F. (2023). The Influence of Content Marketing and Product Knowledge on Generation Z Purchase Intention in Using Bank Syariah Indonesia services. *Ecogen Journal*, 6(3), 317–328.
- Suparta, I Made. 2017. Buku Panduan Praktikum Statistik Program SPSS Versi 22. Surabaya: *Laboratorium Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta. —. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung
- Tariq, M., Abbas, T., Abrar, M., & Iqbal, A. (2017). EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: Mediating role of brand image. *Pakistan Administrative Review*, 1
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta: Andi. —. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2012. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2012. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Jakarta: Andi
- Wora, J. C. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo. *Universitas Sanata Dharma*.