

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Yoga Prasetya, Ari Dwi Astono, Y. R. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 138–151.
- Amalia, Chairina Debika. 2020. “Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 7(1): 1–11.
- Chaffey, D. And Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.
- Christy M,K,C., dan Lee Matthew, K,O. 2010. “What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms”. Article Of Decision Support System.
- Cindy Septia Pratiwi, A. P. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204.
- Clesson, Amanda, and Albin Jonsson. 2017. “The Confusion of Content Marketing, A Study to Clarify the Key Dimensions of Content Marketing.” *Dissertation*: 1–73. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hkr:diva-16932>.
- Dewi Oktavia Putri, Rahayu Puji Suci, M. (2022). Peranan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi Atas Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital Marketing (Studi Pada Konsumen Brand Fashion Realizm87). *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 119–128.
- Elsa Rizki Yulindasari, Khusnul Fikriyah. 2022. “Journal of Islamic Economics and Finance Studies-Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee.” 3(1): 55–69.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., T, C. M., & Tamansiswa, U. S. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi Muinah. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, et al. (2010). E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for EService Context. *Journal of Administrative Sciences*. Volume 27: 5-23.
- Grenny, Joseph. 2013. *Influencer The New Science Of Leading Change*. USA: Vital Smarts LLC.

- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasarn ; Analisis Perilaku Konsumen. Cetakan Ketujuh* (BPFE Yogya).
- Herman, Edi Maszudi, R. S. H. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *JESYA*, 6(2), 1348–1358.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75–81.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing SIXTEENTH EDITION Philip. In Invasive Bladder Cancer*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson Prestice Hall.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok di Wilayah. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187.
- Mardani, Andriano Dwi, Ahmad Yani, S. N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 6(1), 96–104.
- Mellaty Sunny Kusumawati, Untung Sriwidodo, S. (2016). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sophie Paris dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta) Mellaty. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(2), 216–225.
- Milhinhos, Patricia. 2015. “The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content.” *Escola Brasileria De Administracao Publica E De Empresas (FGV EBAPE)*: 1–75.
- Morissan. M.A.2010. Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group . Kapahang. F. N, menulis bersama dosen pembimbing. Tampi, J. R. E dan Rogahang. J. . 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4 ( 4), 1 -5.
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Pendahuluan. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
- Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). International Journal of Data and

Network Science The effects of perceived ease of use , electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 81–90.  
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.10.001>

- Nihlah, Zahrotun, Deliana W. Latuihamallo, Aries Susanty, R. P. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah di Universitas Diponegoro). *Seminar Nasional IENACO*, 462–469.
- Ningsih, Andria, and Delfi Hurnis. 2024. “Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner.” *Jesya* 7(1): 923–32.
- Normalasari, N., Johannes, J., & Yacob, S. (2023). Minat kunjungan kembali wisatawan daya tarik wisata yang dimediasi oleh electronic word of mouth. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(01), 156-169.
- Nurniati, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Word of mouth and Influencer Marketing strategy on Purchase Decision of Skincare Products in E-Commerce. *International Journal of Economics Development Research*, 4(1), 207–221.
- Prayoga, I., and M.R. Mulyandi. 2020. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Fore Coffee.” *Jurnal Syntax Transformation* 1(5): 137–38.
- Pride, W, dan O.C. Ferrell, 2013. *Foundation of marketing*, 5th Edition. South Western: Cengage Learning.
- Rahayunita, R. (2012). *Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Terhadap Rentabilitas Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Motekar Majalengka Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Satiawan, A. 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*, 09(01), 1–14.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing , Influencer , dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang ). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1), 1–11.
- Siregar, A. I. (2021). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi dari Perspektif Fasilitas , Citra Perusahaan dan Harga ( Survey pada Perumahan Panorama Sakuran Asri Kota Jambi ). *JIMT*, 3(2), 212–224.

- Solis, Brian. (2012). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sopiawadi, Mutqi. 2024. "E-WOM Memoderasi Hubungan Antara Influencer Dan Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pendahuluan." 8(1): 52–65.
- Stefanus Heri Prasetyo, Y. D. S. (2015). Pengaruh Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android dengan Word Of Mouth Positif sebagai Variabel Moderasi Stefanus. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 159–166.
- Sugiyono. (2010). Metodologi Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sutardjo, S, S L Mandey, M Ch, and . . Raintung. 2020. "The Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado." 90 *Jurnal EMBA* 8(4): 90–99.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Viana, O., Yunita, N., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk H & M di Kota Surabaya dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Moderator Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 563–572. <https://doi.org/10.37531/sejaman.V5i2.2491>
- Yodi H.P, Widyastuti S, Noor, L. . (2020). The Effects Of Content And Influencer Marketing on. *DIJEFA*, 1(2), 345–357. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Za, S. Z., Tricahyadinata, I., & Robiansyah, R. (2021). Storytelling Marketing , Content Marketing , and Social Media Marketing on the Purchasing Decision. *BIRCI-Journal*, 4(3), 3836–3842.