

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ida Bagus Kurniawan, Natalia Sri Endah Kurniawati, and I Wayan Ruspendi Junaedi, "Pengaruh Content Marketing, E-Mail Marketing Dan Mobile Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Nadia Mart Dawas," *Juima J. Ilmu Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 133–149, 2022, doi: 10.36733/juima.v12i1.4937.
- [2] R. M. H. Ashari and O. F. Sitorus, "Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan," *J. EMT KITA*, vol. 7, no. 1, pp. 38–46, 2023, doi: 10.35870/emt.v7i1.726.
- [3] R. Yusuf, H. Hendawati, and L. A. Wibowo, "Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 506–515, 2020, doi: 10.38035/JMPIS.
- [4] S. N. Fadillah and R. Setyorini, "Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung," *Menara Ilmu*, vol. XV, no. 02, pp. 100–116, 2021.
- [5] I. V. S. Oisina, "Pengaruh Daya Tarik Content Marketing Dan Content Riview Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Akun @msglowbeauty)," *MEDIALOG J. Ilmu Komun.*, vol. IV, no. II, pp. 265–276, 2021, [Online]. Available: <http://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1846>
- [6] S. Rahmayanti and R. Dermawan, "Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya," *SEIKO J. Manag. Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 337–344, 2023, doi: 10.37531/sejaman.v6i1.2451.
- [7] Cempaka P., Ilham Maulana, I. S. dan Gusti Ayu W," *Online Customer Review, Desain Produk Dan Sikap "Konsumen Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Sneaker Local Kekinian "Bisma jurnal bisnis dan manajemen," J. Bisnis dan Manaj. Vol. 6 No. 1 Agustus*, vol. 13, no. 1, pp. 43–51, 2023.
- [8] A. Valentina Ainun N. dan Muhammad Alhada F. H, "Pengaruh *Content Marketing* Aplikasi Tiktok, *Online Customer Review* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty," *e-Journal Ris. Manaj.*, vol. 12, no. 2, pp. 590–601, 2023.
- [9] F. Palullungan, A. S. Soegoto, and M. H. R. Rogi, "Pengaruh Content Marketing, Sistem Cash on Delivery (Cod) Dan Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 11, no. 4, pp. 1169–

1178, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i4.52320.

- [10] E. Z. Zed, Y. R. Ratnaningsih, and T. M. Kartini, “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang,” *Mirai Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 14–23, 2023.
- [11] Gabriela, Yoshua, and M. R. Mulyandi, “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce,” *J. Jempper J. Ekon. Manaj. Parawisata Dan Perhotelan*, vol. 1, no. 1, pp. 121–125, 2022.
- [12] Y. Fauziah, F. Dwikotjo Sri Sumantyo, and H. Ali, “Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Komun. dan Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–64, 2023, doi: 10.38035/jkis.v1i1.118.
- [13] A. A. Tsani, J. Susyanti, and M. Bastomi, “Pengaruh E-trust, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang),” *E-JRM J. Ris. Manaj.*, vol. 12, no. 02, pp. 1002–1012, 2023.
- [14] I. S. H. Kusuma, “Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung,” *Int. J. Adm. Bus. Organ.*, vol. 4, no. 2, pp. 31–39, 2023, doi: 10.61242/ijabo.23.266.
- [15] K. Amalia and R. Nurlinda, “Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 11, pp. 2383–2398, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i11.353.
- [16] N. & Arhdiyansyah, “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Masyarakat Skripsi Oleh : Wira Hayati Putri Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh,” 2021.
- [17] A. Norma and B. Sulisty, “Jurnal Mirai Management Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo,” *J. Mirai Manag.*, vol. 8, no. 2, pp. 327–336, 2023.
- [18] G. Ngurah, A. Gede, and Y. Putra, “Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Myhem Store di Denpasar,” *Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, vol. 3, no. 5, pp. 816–825, 2023.
- [19] R. N. Andriansah, Y. Parmariza, and C. Kuswibowo, “Pengaruh Kewajaran

Harga, Desain Produk Dan Strategi Promosi Terhadap Niat Membeli Honda Pcx,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 5, no. 3, pp. 384–392, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>

- [20] A. Z. Timothy Rekso Diputra, Eddy Setyanto, “The Influence of Brand Ambassador and Design Product on Purchase Intention of Erigo ’ s Product ( Survey on Instagram Followers @ erigostore ) Pengaruh Brand Ambassador dan Desain Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo ( Survey Pada Followers Instagram @,)” *J. Kewirausahaan, Akunt. dan Manaj. Tri Bisnis Vol.*, vol. 5, no. 2, pp. 234–251, 2023.
- [21] F. Susanti and D. Saputra, “Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan,” *J. Valuasi J. Ilm. Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, pp. 1318–1331, 2022, doi: 10.46306/vls.v2i2.161.
- [22] Dinda Dwi Guntari and Prihartono Aksan Halim, “Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen Skincare),” *J. E-Bis*, vol. 5, no. 2, pp. 295–307, 2021, doi: 10.37339/e-bis.v5i2.668.
- [23] R. S, “Kreativitas pelaku usaha, sosial media dan inovasi kemajuan teknologi terhadap keputusan keputusan pembelian smartphone,” *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 20, no. 1, pp. 31–39, 2023.
- [24] N. D. Rahmawati, W. Winarso, and H. Anas, “PENGARUH FLASH SALE, LIVE SHOPPING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya),” *J. Econ.*, vol. 2, no. 10, pp. 2740–2755, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i10.897.
- [25] F. Azahra and H. Hadita, “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram,” *J. Econ.*, vol. 2, no. 2, pp. 678–691, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i2.351.
- [26] F. Rehansyah and L. N. Simatupang, “PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia),” *J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 20–32, 2023, doi: 10.54964/manajemen.v7i2.244.
- [27] M. R. Pauzi, H. Hadita, and D. Dovina, “PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI VOUCHER GAME VALORANT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya),” *J. Econ.*, vol. 2, no. 9, pp. 2453–2481, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i9.827.

- [28] D. P. Lestari and W. Widjanarko, "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee," *J. Econ.*, vol. 2, no. 3, pp. 753–765, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i3.398.
- [29] W. Widjanarko, F. Saputra, and Hadita, "Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 4, no. 5, pp. 678–685, 2023.
- [30] D. A. Febriana and S. Purwanto, "Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy," *Sci. J. Reflect. Econ. Accounting, Manag. Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 151–160, 2023, doi: 10.37481/sjr.v6i1.629.
- [31] Kasmir, Pengantar Metodologi Penelitian ( Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis), Depok: Rajawali Pers, 2022.
- [32] Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Bandung: ALFABETA, cv, 2022.
- [33] C. D. Amalia, "PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM STORIES @LCHEESEFACTORY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN," *Manajemen Komunikasi – Jurusan Ilmu Komunikasi*, vol. 7, p. 11, 2020.
- [34] I. B. N. U. B. D. M. Atma Fadna Rinaja, "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, WORD OF MOUTH, AND PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE," *Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitration dan Pelayanan Publik*, vol. 9, p. 14, 2022.
- [35] R. S. Dian Mardiana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian," *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, vol. 6, p. 5, 2022.
- [36] Musayadah, A., Nersiwad and Utami, B. (2023) 'Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari', *Jurnal Rimba*, (3), pp. 183–192.