

## DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, Dewi. (2019). "The Influence Of Consumer Reviews Prices And Online On Product Purchase Decisions In Fashion Category In Shopee. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Volume 2 No. (1) Halaman: 95–104. *Journal of International Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i1.484>
- Asep Kurniawan, (2018) *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arsalan, Imam. (2023). *Pengaruh Instagram Marketing, Influencer dan Konten Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Travel Pendakian (Study Kasus Pendaki Hampa)*, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Aisyah, Sadriana. (2023). Pengaruh Instagram Marketing, Influencer Dan Konten Terhadap Daya Minat Pengguna Jasa. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Badan Pusat Statistik, (2024), Persentase Penduduk yang Mengakses Internet dan Sosila Media, <https://bali.bps.go.id/indicator/12/28/1/proyeksi-penduduk-provinsi-bali-menurut-jenis-kelamin-dan-kabupaten-kota.html>
- Cahyaningtyas, Riska, Wijaksana. (2021). "Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening by Felicya Angelista." Volume 8 No. (5) Halaman: 6488-98. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Ferdinan, (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariyanti, Wirapraja. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF* (Vol. 5, No. 1 Juni 2018 Halaman: 133-146). <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>
- Hardiningtyas. (2020). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Instagram. *E-Journal Riset Manajemen*, Volume 12 No.(2), Halaman 590–601

- Herviani, Nobelson. (2020, November). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 1351-1363).
- Hisam. (2018). *Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat, Kelebihan, Kekurangan)*.
- Kotler, Philip, Armstrong, (2016), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terjemahan Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kurniawan. (2019). *Efektivitas Influencer Pada Akun Instagram Pullman Jakarta Central Park* (Doctoral dissertation, Podomoro University).
- Lackermair, dkk. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Jurnal Economics and Business*, Volume 1 No.(1), Halaman 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Lengkawati, (2021), *Pengaruh Conten Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. Prismakom, Volume 18 No.(1), Halaman 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.i>
- Mahardini, Hidayat. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok di wilayah DKI Jakarta. *Ikraith-ekonomika*, Volume 6 No.(1), Halaman: 180-187. DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Moleong, Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2005). *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nisa Rohmatun. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer Dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 07 No. (02), Halaman 479. DOI: <https://doi.org/10.26740/jptn.v7n2.p%25p>
- Pasaribu, Fadhila Rahma, & Dharma. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, Volume 10 No. (2), Halaman 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Prasetya, Astono, & Ristianawati. (2021). Analisa Strategi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*

- Terapan (JIMAT)*, Volume 12 No.(2), Halaman: 138-151.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.36694/jimat.v12i2.357>
- Rizal, Mariatun, & Sholeh. (2023). Pengaruh digital marketing Dan kualitas pelayanan di bangkalan. *Jurnal Ilmiah Edunomika* Volume 07 No. (02), Halaman 1–8. DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v7i2.9502>
- Rong-Ho dkk. (2019). Influencer Marketing on Instagram. *International Journal of Innovation in Management*, Vol. 7, No. 1, Halaman. 33-41.
- Saputra, Ardani. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kelitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, Volume. 9, No. 7. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Syifa. (2017). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram Heavenly Blush) (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE*). <https://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/614>
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sudarmanto, Gunawan. (2005). *Analisis Regresi Linier Berganda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shadrina, Sulistyanto. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, Volume 11 No. (1), Halaman 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(3), 284-296. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i3.9071>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik* Edisi 2. Penerbit Andi.
- Valentina, Anggita, & Hardiningtyas. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, Volume 12 No. (2), Halaman 590–601. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7426>
- Wiliana, Purnaningsih, & Muksin. (2021). Pengaruh Influencer Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, Halaman 222–230. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3464>