

DAFTAR RUJUKAN

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. 2022. Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEB UNSRAT di e-commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Akbar, W., & Murdiana, V. A. 2023. Pengaruh Terpaan Media Live Shopping TikTok Terhadap Keputusan Pembelian@ theoriginote. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 108-124.
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. 2022. 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(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- Bickart, B., & Schindler, R. M. 2001. Internet Forums As Influential. *Journal of Interactive Marketing*, 15(3), 31–40.
- Fadhilah, & Saputra, G. G. 2021. Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian generasi z. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen Inovasi*, 17(3), 505–512.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. 2018. Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui Sosial Media Inst. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 163–171.

- Herlambang, A. J. 2023. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Daviena Skincare Di Zahra Beauty Surabaya. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(4), 59-64.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing* (Pearson Education (ed.)). Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketigabelas (13th ed.)*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2015. Marketing Management 15th Edition. *Pearson*.
- Lou, C., & Xie, Q. 2020. Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty. *International Journal of Advertising*, 40(3), 376–402. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1788311>
- 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 Commecium*, 8(01), 87-97.
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. 2020. Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 234-239.
- Mathwick, C., & Mosteller, J. 2017. Online Reviewer Engagement: A Typology Based on Reviewer Motivations. *Journal of Service Research*, 20(2), 204–218. <https://doi.org/10.1177/1094670516682088>
- Milhinhos, P. R. V. 2015. The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers : The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content. *FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS Brazilian School of Public and Bisnis Administration*.
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. 2023. Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 1-8.
- Pandrianto, N., Sukendo, G. G., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2023). *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.

- Populix. 2022. "The Social Commerce Landscape in Indonesia.". Tersedia pada <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/> (diakses tanggal 29 September 2024).
- Rahmaniah, B., Salim, A., & Saprida, S. 2024. PENGARUH CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAVIENA SKINCARE (STUDI KASUS DAVIENA SKINCARE STORE PALEMBANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 4(1), 1-10.
- Rahmaniar, A., Syahirah, A. N., Kusumaningdiah, A., & Abimayu, A. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. 2023. Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337-344.
- Sayekti, N. W. 2018. Review : Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Info Singkat*, 10(5), 19–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/d89jm>
- Shoplus. 2022. "TikTok Report: Analysis of May Sales Trends". Tersedia pada <https://www.shoplus.net/tiktok-reports/report-of-may-tiktok-shop-trends-in-the-us> (diakses tanggal 21 Oktober 2024).
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019b. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D) (4th ed.)*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. 2022. Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of*

- Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74.
<https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Thakur, R. 2018. Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 48–59.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.002>
- Ullal, M. S., Spulbar, C., Hawaldar, I. T., Popescu, V., & Birau, R. 2021. The impact of online reviews on e-commerce sales in India: a case study. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 2408–2422.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1865179>
- Wijaya, S. F. N. 2022. Pengaruh Live Shopping dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan). *Universitas Pasundan*.
- Xu, X., Wu, J. H., & Li, Q. 2020. What Drives Consumer Shopping Behavior In Live Streaming Commerce?. *Journal of Electronic Commerce Research*, 21(3), 144–167. <http://hdl.handle.net/10419/238054>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. 2020. Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>