

DAFTAR PUSTAKA

- Purnamawati, A. ; E. S. ; S. N. 2023. Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi. Sumedang: *Universitas Koperasi Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Sadono Sukirno. 2004. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Terry, G. R. 2006. *Prinsip-prinsip manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmiri, A. 2011. *Manajemen Bisnis*. Sumedang : IKOPIN PRESS
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. 2006. *Manajemen* (Edisi ke-6). Jakarta: Prenhallindo.
- Alma, B. 2021. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Darvidou, K. 2024. *Content Marketing Strategy and Development*. New York Routledge.
- Daulay, H. 2020. *Strategi digital marketing: Meningkatkan loyalitas konsumen di era e-commerce*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Bandung Alfabeta.

Referensi Lainnya:

- Apriadi, Deni, & Saputra, A. 2017. E-commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Peranian. *Jurnal RESTI* Vol.1 No.2. Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya.
- DailySocial. 2021. Mengenal TikTok: Aplikasi video pendek yang populer di kalangan Gen Z. *DailySocial.id*. <https://dailysocial.id/post/mengenal-tiktok-aplikasi-video-pendek-yang-populer-di-kalangan-gen-z>
- WorldMetrics. 2024. *Livestream shopping statistics: Trends, user behavior, and sales impact*. Diakses pada 4 Mei 2025, dari <https://www.worldmetrics.org/livestream-shopping-statistics/>

- 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). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> (Sinaga, Syamsulbahri, Muhajir, & Darmayanti, 2024)
- Filieri, R., & McLeay, F. 2014. *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. Journal of Business Research, 68(6), 1261–1270. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>
- Rezeki, S., & Gustina, I. 2021. The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. In Eka Prasetya Journal of Management Studies) | (Vol. 105, Issue 2). <http://www.jurnal.eka-prasetya.ac.id/index.php/>
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. 2020. Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen.
- Rahayu, S., & Bonita, S. 2015. Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. 2021. Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Pulizzi, J. 2014. Pemasaran konten epik: Cara menceritakan kisah yang berbeda, menembus kebisingan informasi, dan mendapatkan lebih banyak pelanggan dengan lebih sedikit pemasaran. *McGraw-Hill Education*.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. 2020. admin-dinasti,+JMPIS+VOL+1+ISS+2,+RAMAYANI+YUSUF. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial.
- Karr, D. 2016. *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.
- Tanuwijaya, C. K., Ellitan, L., & Lukito, R. S. H. 2023. The Effect of Online Customer Reviews on Purchase Intention With Customer Trust as A Variable in Purchase Decision on Sociolla Consumers. Journal of Entrepreneurship & Business, 4(3), 192–203. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i3.5764>
- Prabowo, A., et al. 2023. *Analisis Dampak Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

- Wati, R. A., & Charisma, M. R. 2023. Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan.
- Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. 2015. The influence of online reviews to online hotel booking intentions. International Journal of Contemporary Hospitality.
- Hidayati, N. L. 2018. *Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian Shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).
- Lackermair, G., Kailer, K., & Kanmaz, B. 2013. *Importance of online product reviews from a consumer's perspective. Advances in Economics and Business*.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. 1986. *Perbedaan Variabel Moderator dan Mediator dalam Penelitian Psikologi Sosial: Pertimbangan Konseptual, Strategis, dan Statistik*. Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial.