

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, F., D Massie, J. D., Mandagie, Y., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla the Effect of Content Marketing, Search Engine Optimization, and Social Media Marketing on Purchase* . 10(3), 225–236. www.sociolla.com.
- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Agustini, M. P., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Alindra, A. I. (2015). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Depok Sports Center. *Jurnal Ilmu Keolahragaan*, 1–10.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @lcheesefactory terhadap Minat Beli Konsumen. *Jom Fisip*, 7, 3–4.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Ananda, G. C., Manajemen, P. S., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., & Berganda, M. R. (2019). *Pengaruh penilaian prestasi kerja terhadap promosi pegawai pada perguruan panca budi medan*. 2(1), 102–113.
- Ariffin, A. N., & Februadi, A. C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4365>
- Astuti, C. C. (2017). Analisis Korelasi untuk Mengetahui Keeratan Hubungan antara Keaktifan Mahasiswa dengan Hasil Belajar Akhir. *JICTE (Journal of Information and Computer Technology Education)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.21070/jicte.v1i1.1185>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online

- Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47–54. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Fadhila, A., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh Promosi Social Media Instagram Terhadap Brand Awareness (case Study: Pt Rapid Teknologi Indonesia Pada Tahun 2020). *EProceedings of Applied Science*, 6(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12138>
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi Dea Farahdiba Mahasiswa Magister Sains Manajemen, Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 1–16.
- Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Kumalasanti, M. (2022). *Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta*. 6(1).
- Kurniawati, H. M., & Primadini, I. (2022). Dampak Komunikasi Efektif melalui Konten Media Sosial@ yellowfitkitchen terhadap Minat Beli. *Soetomo Communication and ...*, 3, 39–55. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sch/article/view/4479>
- Larasati, J. A., & Susilo, D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Pesan Promosi Penjualan, Endorsement Beauty Influencer Terhadap Minat Beli Followers Instagram Rose All Day Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagr. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 10, 121–137. <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum%7CE:spektrum@stikosa-aws.ac.id>
- Madiun, K., Sikap, D., & Variabel, S. (2022). *Pengaruh endorsement dan konten promosi terhadap minat beli ulang konsumen arv.stuff kota madiun dengan sikap sebagai variabel intervening*.
- Mauluda N, A., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2022). *Pengaruh Atribut Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc di Surabaya*. 241–245.
- Muntazah, A., Novalia, & Emeilia, R. I. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada CV. Khairil Tour & Travel). *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani*, 53(9), 1689–1699.
- Nisrina, R. G. (2021). User generated content sebagai strategi komunikasi pemasaran digital: studi kasus fenomena #shopeehaul. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 558–571. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4316>

- Sarikho, F., Padjajaran, U., Organisasi, K., & Relations, P. (2019). Pengaruh Kepercayaan Situs Zomato Terhadap Ketertarikan Pelanggan Dalam Memilih Restoran Saine Daise. *Jurnal Manajemen & Bisnis Madani*, 1, 145–158.
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *Agrosaintifika : Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(2), 131–145. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/agriwarta/article/view/885>
- Sulistiono, K. (2019). *Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*. 7(3), 319–324.
- Sumarni Saota, Progresif Buulolo, & Samanoi Halowo fau. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. TRIAL VELA kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.
- Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 368–373.
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 98–114. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>
- Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 155–166.
- We Are Social. (2022). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Yumeldasari, Anjani, D. A. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis PT Telkom Akses Jakarta Selatan Dalam Penanganan Gangguan Indihome. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(02), 57–69. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i2.9122>
- Yuniarti, N., Ismawati, A., & Aini, A. N. (2020). Pengaruh Promosi Online Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings The 1st UMYGrace 2020 (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference)*, 2020, 500–509.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: alfabeta.