

DAFTAR PUSTAKA

- Allys, E., Arnold, K., Aumont, J., Aurlien, R., Azzoni, S., Baccigalupi, C., ... Zannoni, M. 2023. *Probing cosmic inflation with the LiteBIRD cosmic microwave background polarization survey. Progress of Theoretical and Experimental Physics*, 2023(4). <https://doi.org/10.1093/ptep/ptac150>
- Arifin. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Ayouty, M., Sekigami, Y., Kraus, N., Persing, S., Naber, S., Aleali, S., ... Chatterjee, A. 2022. *Managing Positive Margins After Oncoplastic Surgery. The American Surgeon*, 88(8), 2058–2060. <https://doi.org/10.1177/0003134820950679>
- Brama Kumbara, V. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Chaniajeng, P. 2021. Pengaruh *Viral Marketing, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Bekasi)*. Skripsi Universitas Darma Persada. Diambil dari <http://repository.unsada.ac.id/2713/>
- Dejawata, T. B., Kumadji, S., & Abdillah, Y. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan “*Cake in Jar*” Cafe Bunchbead Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 1–8.
- Dhiraj, A., & Kumar, S. 2021. *Overtourism: Causes, Impacts And Solution. In Overtourism As Destination Risk: Impacts And Solutions . Emerald Publishing Limited*.
- Fadhilah, F., & Saputra, G. G. 2021. Pengaruh *Content Marketing Dan E-WOM Pada Media Sosial Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z*. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 17(3), 505–512.
- Farki, A., & Baihaqi, I. 2016. Pengaruh *Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>

- Febriyanto, B., Haryanti, Y. D., & Komalasari, O. 2018. Peningkatan Pemahaman Konsep Matematis Melalui Penggunaan Media Kantong Bergambar Pada Materi Perkalian Bilangan Di Kelas Ii Sekolah Dasar. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 4(2), 32. <https://doi.org/10.31949/jcp.v4i2.1073>
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Univeritas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. 2023. Pengaruh *Customer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee . *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 720–726.
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* melalui *Electronic Word Of Mouth* pada Platform Tiktok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Yume : Journal of Management*, 5(2), 11–18.
- Irma, A., & Yusuf, M. 2020. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai . *Jurnal Manajemen*, 12(2), 253–258.
- Karr, D. 2016. *How to map your content to unpredictable customer journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kartajaya, H. 2014. *WOW Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Knaul, F. M., González-Pier, E., Gómez-Dantés, O., García-Junco, D., Arreola-Ornelas, H., Barraza-Lloréns, M., ... Frenk, J. 2012. The quest for universal health coverage: achieving social protection for all in Mexico. *The Lancet*, 380(9849), 1259–1279. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)61068-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)61068-X)
- Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. 2020. Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal [The Effect Of Packaging, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 244. <https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2445>

- Lee, H. H., Choi, T. S., Lee, S. J. C., Lee, J. W., Park, J., Ko, Y. H., ... Kim, H. I. 2014. *Supramolecular Inhibition of Amyloid Fibrillation by Cucurbit[7]uril*. *Angewandte Chemie*, 126(29), 7591–7595. <https://doi.org/10.1002/ange.201402496>
- Lestari, R. 2015. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Citra Merek, Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Dalam Kemasan Merek Sania Royale Pada Masyarakat Perumahan Tangerang, Tangerang Selatan Dan Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 209–219.
- Magdalena, I., Sundari, T., Nurkamilah, S., Nasrullah, & Amalia, D. A. 2020. Analisis Bahan Ajar. Nusantra: *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(2), 311–326.
- Munte, S., & Delvika, Y. 2020. Laporan Kerja Praktek PT Asam Jawa Desa Pengarungan Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan Sumatera Utara. LKM Universitas Medan Area, 1–105.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. 2019. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nurhayati, S., Malik, A., & Mahardini, N. Y. 2022. Pengaruh Jumlah Surat Pemberitahuan Pajak Terutang, Nilai Jual Objek Pajak dan Tunggalan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Kabupaten Serang. “LAWSUIT” *Jurnal Perpajakan*, 1(1), 54–66. <https://doi.org/10.30656/lawsuit.v1i1.1149>
- Nurmaningsih. 2023. Pengaruh Harga, *Online Customer Review*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6701–6709.
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. 2013. Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di *Cincau Station* Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–11.
- Ossenbrink, J., Finnsson, S., Bening, C. R., & Hoffmann, V. H. 2019. *Delineating policy mixes: Contrasting top-down and bottom-up approaches to the case of energy-storage policy in California*. *Research Policy*, 48(10), 103582. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.04.014>
- Ovirya, N., & Saputri, M. E. 2023. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Customer Online Review* terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1049–1054.

- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. 2018. Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167–176.
- Putri, A. D. 2021. Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>
- Rahayu, H. D., & Yosepha, S. Y. 2021. Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hevit-C 500 Mg Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pt. Hexpharm Jaya. Jimen : *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 1–8.
- Rahmawati, A. I. 2021. The Influence of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings and Trust on Online Purchasing Decisions (Case Study of FEB. PGRI University Semarang Students). *Scientific Journal of Business Management and Creative Economy*, 1(1), 18–23.
- Riadi, S. S., Hadjaat, M., & Yudaruddin, R. 2022. *Bank Concentration and Bank Stability during the COVID-19 Pandemic*. *Emerging Science Journal*, 6, 262–274. <https://doi.org/10.28991/esj-2022-SPER-018>
- Rusmiati, F. 2017. Pengaruh Kemandirian dan kebiasaan belajar terhadap prestasi belajar matematika siswa kelas 10 SMA Negeri 1 Rongkop. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 1, 78.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. 2022. Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. YUME : *Journal of Management*, 5(2), 450–458.
- Sahetapy, J. P. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Ud Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 356–475.
- Sari, L. P. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *Skripsi IT S TIEI Banjarmasin*.
- Sekarini, A. R., Farhani, H., Yunas, M. F., Wiwin, & Rini, I. P. 2023. Peningkatan Ekonomi Melalui Pelatihan Tecnopreneurship di SMK Nurul Huda Jakarta. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 2(2), 4275–4282.
- 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(2).

- Silaen, H. 2018. Pengaruh Pemberian Konseling Dengan Tingkat Kecemasan Pada Pasien Yang Menjalani Hemodialisis Di Rumah Sakit Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Imelda*, 4(1), 52–57. <https://doi.org/10.52943/jikeperawatan.v4i1.284>
- Sudaryono. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto, E. 2017. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiharto, N. A., Riyanti, F. A., & Madani, F. 2022. Pengaruh *Content Marketing* Dan *Content Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Survey pengguna serum Somethinc). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 12(2).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2011. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryani, & Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Tendean, M. R., Mananeke, L., & Roring, F. 2020. Pengaruh *viral marketing, store location dan food quality* terhadap keputusan pembelian di Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
- Wachid, A. R., & Edwar, M. 2016. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus Zenfone (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 4(3).

Zanatunnisa, A., Arisman, A., & Barlian, B. 2023. The Effect of Content Marketing and Electronic Word of Mouth (e-wom) on Purchasing Decisions of the Tasikmalaya Regency Transportation Office (Survey of University of Perjuangan Tasikmalaya Students Class of 2019 Erigo Cunsomers in The Tiktokshop Applica. *Journal of Indonesian Management*, 3(3). <https://doi.org/10.53697/jim.v3i3.1409>

Zollo, L., Filieri, R., Rialti, R., & Yoon, S. 2020. Unpacking the relationship between social media marketing and brand equity: The mediating role of consumers' benefits and experience. *Journal of Business Research*, 117, 256–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.001>

