

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ari Setyaningrum, J. U. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. (2011). Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. (2013). *Points of Statistics I*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Karr, Douglas. (2016). How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys. Meltwater E-Books.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management -15/E. Essex,England: Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Riduwan. (2012). Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, Wiratama. (2015). *SPSS For Research*. Yogyakarta: New Library Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta Barat: PT Indeks.

Jurnal :

- Sudarsono , Said, S., Kamase, J., Ella , H., Rachman, A., Dunggio, T. (2020). *Big Data And Content Marketing On Purchase Decisions Online In Indonesia. American Journal Of Economics And Business Management*. Gorontalo. Vol. 3 No.1, Jan-Feb 2020, 168-177.

- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, M. U., Kazi, A. G. (2019). *Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. Journal of Public Value and Administration Insights (JPVAI)*. Pakistan. Vol.2 No.2, June 2019, 5-10.
- Kajtazi, K., & Zeqiri, J. (2020). *The Effect of e-WOM & Content Marketing On Customers Purchase Intention. International Journal Islamic Marketing and Branding*. North Macedonia. Vol. 5, No. 2, Apr-Jul 2020, 114-131.
- Subasinghe, U., & Weerasisri, R.A.S.. (2019). *The Impact of Digital Content Marketing on the Purchase Intention of Connected Consumers: A Study Based on Natural Ingredient- Based Personal Care Products. Sri Lanka Journal of Marketing*. Vol.5, No.1, June 2019, 59-71.
- Irawan, I. C. (2020). Analisis *E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online. Journal of Business and Banking. Surabaya. Volume 9 Number 2 November, 2019 - April 2020, 247-260.*
- Amelia, S., & Stefanie. (2015). A Phenomenological Study Of Using Opinion Leader In Marketing Communication : Understanding Food Blogger, Foodie, And Food Editor In Culinary Business In Indonesia. *Journal Of Communication Arts*, 33 (2), 1–7.
- Haque, M. G., Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2021). *Pinisi Discretion Review Competitive Advantage In Cost Leadership And Differentiation Of Smes “ Bakoel Zee ” Marketing Strategy In BSD. 4(2), 277–284.*
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Kadatuan Koffie. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1244.
- Ernawati, D., Samari, & Purnomo, H. (2018). *PENGARUH VARIASI PRODUK , CITA RASA , DAN INTERNET BULAN JESSY DI KOTA KEDIRI Oleh : DUWI ERNAWATI Dibimbing oleh : UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018.*
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 79. <https://doi.org/10.33603/jibm.v4i1.3311>
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1(1), 60–74.
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap

- Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Universitas Telkom the Influence of Influencer Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions At Uniqlo. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1361–1368.
- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey followers aktif akun @ Jelitacosmetic _). *Commercium*, 03(01), 36–40.
- Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76–84. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.392>.

Situs Berita :

- Wardani, A.A. (2021, April 04). TikTok Juara, Ini 10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh Q1 2021. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4522519/tiktok-juara-ini-10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-q1-2021>