DAFTAR PUSTAKA

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 the Effect of Content Marketing, Search Engine Optimization, and Social Media Marketing on Purchase . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 225–236. www.sociolla.com.

Abidin, A., & Sihite, J. (2024). *The impact of Online Customer Review , Content Marketing , and Live Streaming on Purchase Decisions on Shopee with Trust as Mediation*. *4*(4), 1817–1838.

Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C*. *March 2020*, 496–507.

Amelia, R. D., Rachman, M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Sosial, I. (2021). *No Title*. *2*(2), 274–280.

Amri, S., Mukhdasir, Geta Ambartiasari, & Fitriliana. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Almahirah Lamdingin Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(4), 1660–1667. https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1429

Andrian, Indra W.P., C., & Jumawan. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf

Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, *5*(1), 32–43. https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806

Audria, N., & Batu, R. L. (2022). *Pengaruh On;one Customer Review dan E-Service Quality Tehadap Keputusan pembelian pada E-C0mmerce*. *17*(1), 35–47.

Aulia, Q., & Riva'i, A. R. (2024). Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, Dan Online Custumer Riview Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(1), 364–376. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Bagus Gemilang, B. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, *8*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2

Carolus Dimas Wijanarko. (2025). Analisis Pengaruh Pemasaran 4a Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Erigo Di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *20*(1), 16–39. https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/6727

Chen, X., Shen, X., Huang, X., & Li, Y. (2021). Research on Social Media Content Marketing: An Empirical Analysis Based on China's 10 Metropolis for Korean Brands. *SAGE Open*, *11*(4). https://doi.org/10.1177/21582440211052951

Chou, S. Y., Picazo-vela, S., & Pearson, J. M. (2013). *The Effect of Online Review Configurations , Prices , and Personality on Online Purchase Decisions : A Study of Online Review Profiles on eBay*. *August*, 37–41.

Dyah Anjarsari1, P. P. R. (2025). No TitlPengaruh Online Customer Reviewdan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Two Way CakePixy di Tiktok Shop). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, *Vol.9No.1(*(Vol.9No.1(2025)). https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1711

Elpanso, E., & Bina Darma, U. (2023). The Influence Of Price, Trust, And Product Reviews On Online Purchase Decisions On Tiktok Shop. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(5), 7657–7667. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Etty Zuliawati Zed, Yunita Ramadhani Ratnaningsih, T. M. K. (2023). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian online di e-commerce pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 218–225. https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5246

Fachmy, R. N., & Rasmini, M. (2023). The Effect Of Content Marketing On Pegipegi Instagram On Purchasing Decisions Title Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(5), 7552–7560. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, *21*(2), 130–141. https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333

Fathin, R. F., & Millanyani, H. (2021). the Infuence of Online Customer Review and Rating To Purchase Intention on Online Booking Hotel Traveloka .

Journal of Economic, Business and Accounting , *5*(1), 709–722.

Gozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Tools*, *12*(1), 1–10.

Gunawan, M. M., Tutik, T., Nugraheni, K. S., & Octafian, R. (2022). Trust in Corporate Image and Its Impact on Customers' Loyalty. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *10*(2), 217–221. https://doi.org/10.56457/jimk.v10i2.270

Hairin, A., Putri, N., & Batu, R. L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)*. *10*, 222–231.

Hana, F., Leksono, I., Indayani, L., & Hariasih, M. (2025). *Pengaruh Promotion , Online Customer review dan Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Lazada*. *17*(3), 1114–1126.

Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.

Jamil, M. S., Fazri, A., Yuniarti, Y., Jambi, U., Darat, M., & Jambi, K. M. (2025). *Pngaruh Online Customer Rting dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote pada Marketplace Shopee*. *3*(10).

Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *17*(4), 329–339. https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096

KHAN, M. Y. (2024). A Study of Consumer Buying Trust on E- Commerce. *International Journal of Scientific Research In Engineering and Management*, *08*(04), 1–5. https://doi.org/10.55041/IJSREM32545

Kinanti, S., & SAPUTRA, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Batam. *ECo-Buss*, *5*(3), 880–893. https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.635

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran: Vol. Jilid 1 &* (Edisi 12). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15 (ed.)). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Kurniawan, I. B., Kurniawati, N., & Junaedi, I. W. (2020). Pengaruh Content Marketing, E-Mail Marketing Dan Mobile Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Nadia Mart Dawas. *JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen*, *11*(2), 86–103.

Lezetti. (2023). *Online Customer Review*.

Lisnawati, L. L., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. J. (2021). Analysis of Brand Image and Online Consumer Reviews on Consumer Loyalty. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *22*(1), 9–15. https://doi.org/10.29103/e-mabis.v22i1.644

Mayroza Wiska, Fenisi Resty, & Hidayatul Fitriani, H. F. (2022). Analisis Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *Manajemen Dewantara*, *6*(2), 153–162. https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12524

Mustika Sari, R., & Prihartono. (202 C.E.). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, *5*(3), 1171–1184.

Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli di Masa Pandemik Covid-10 (Studi Kasus pada Sarawa.Co). *E-Proceeding of Applied Science*, *7*(1), 2.

Nel Arianty, A. A. (2021). Pengaruh Advertising Awareness, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*(1), 39–50. https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766

Nitta, M. A., & Wardhani, N. I. K. (2022). Kepercayaan dalam Memediasi Keamanan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *4*(2), 1105–1120. https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.5046

Noviani, S.R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee. Jurnal Inovasi Manajemen & Bis. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, *1*(1), 17–28. https://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm

Oktaviani, D., & Haliza, N. (2023). Pengaruh Review Produk Dan Content Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Cakrawala Repositori IMWI*, *6*(4), 769–781.

https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.416

Pahlevi, A. R., Lestari, W. D., & Surakarta, U. M. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Niat Beli Konsumen Pada marketplace shopee di surakarta*. *12*(3), 485–490.

Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *10*(2), 81–93. https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432

Pratama Putra, D., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Bahtera Inovasi*, *5*(1), 57–65. https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3800

Putri, A. N. A. S., Sumastuti, E., & Prabowo, H. (2023). Analisis Keputusan Konsumen pada Pembelian Online di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Aset*, *25*(2), 105–112. https://doi.org/10.37470/1.25.2.221

Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Content Marketing dan Kualitas Layanan Online Terhadap Motivasi Pembelian. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *18*(1), 72–81. http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/8357

Ramadillah, T. K., Abdul, D., & Mubarok, A. (2025). *Pengaruh Content Marketing , Online Customer Review , dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paddy di Tiktok Shop Abstrak*. *11*(2), 802–811.

Rohmah, C., & Hermawati, A. (2025). *Pengaruh Digital Marketing , Online Customer Review , dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Grafik Pertumbuhan Jumlah Kunjungan*. *4*(2), 4233–4243.

Salsahbilah, N., & Nawawi, Z. M. (2022). Application of the Benefits of E-Commerce for Entrepreneurs. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, *2*(1), 345–352. https://doi.org/10.53697/emba.v2i1.720

Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran Instagram @Tumbas.origine terhadap Keputusan Pembelian pada Tahun 2020. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, *6*(2), 85–93. https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.221

Sari, I., Rinawati, T., & Rizkiana, C. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Online Consumer Review (Ocr) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi*, *20*(2), 160–169. https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5147

Sari, R. S., & Othman. (2024). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Pengguna Aplikasi Lazada)*. *3*(2), 137–155.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Perilaku Konsumen*. Media Sains Indonesia.

Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Manado Tahun 2017-2021. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *11*(3), 1–11. https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/

Sonie Mahendra, & Primasatria Edastama. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, *1*(2), 21–28. https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317

Sudirjo, F., Ratnawati, Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). E-Service Quality on Buying Decisions in Electronic. *Journal of Management and Creative Business*, *1*(2), 156–181. https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/941

Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M. A. H., Rusmana, F. D., & Rijal, K. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannnya di Era Digital* (bandung).

Sugiarto, W. A., & Hanif, R. (2023). *Pengaruh Online Customer Review & Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada*. *18*(2), 606–617.

Sugiono. (2023). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). ALFABETA.

SUGIONO, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Sugiyono. (2020). *Sugiyono 2020.Pdf* (pp. xx, 444).

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan Di Indonesia Dalam Pasar Globalisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, *1*(2), 319–331. https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61

Sulastri, R. E. (2022). *The Influence of Consumen Trust and Advertising on Consumer Decisions to Make Purchases at Lazada Marketplace*. *6*(1), 189–196. https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1838

Supriatna, A., Nuraidah, N., & Gustian, A. T. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *2022*(24), 78–85. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594.

Suryantha, N. E., Wulandari, S., & Hidayat, T. (2022). *Pengaruh Review Konten dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Lazada pada Masyarakat Milenial Desa Patumbak "*. *3*(2).

Syarafah, N. I., & Hariyanto, D. (2025). The Influence of Online Customer Review, Online Customer Experience, Brand Trust on Purchase Decisions Through TikTok Affiliate Content. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *19*(3), 1850. https://doi.org/10.35931/aq.v19i3.4298

Tedy, S., & Sitinjak, T. (2024). *Pengaruh Content Marketing d an Online Customer Review pada Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian di Krav . ery*. *1*, 77–86.

Tjiptono, F. (2016a). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Tjiptono, F. (2016b). *Strategi Pemasaran* (4 (ed.)). Andi.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, *2*(1), 73–84. https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444

Wilham, M., & Galib, M. (2019). Analisis Faktor–Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Taman Dataran Indah Di Kota Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, *16*(3), 381–392. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/697

((APJII), n.d.)