

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul Fadillah, Massie D.D James, M. Y. (2022). *Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla*. 10(3), 225–236.
- Afdhal, Putri, D. A., Yusran, R., Martius, Herdiansyah, D., Riyanda, R., Hasan, L., Zulkifli, Hwihanus, D., Anwar, U. A. A., Susanto, Yusman, E., & Erdawati. (2023). Pengantar Ilmu Manajemen. In *CV. Gita Lentera* (Cetakan Pe). [http://repository.upiypk.ac.id/10163/1/5.Pengantar Ilmu manajemen.pdf](http://repository.upiypk.ac.id/10163/1/5.Pengantar%20ilmu%20manajemen.pdf)
- Anwar, S. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor*. 9(1), 189–202.
- Asari Andi, Zulkarnaini, H. (2023). *Pengantar Statistika* (Cetakan Pe).
- Gaol Lumban Fanni Riski, Sembiring Samariana, A. S. (2025). *Strategi Pemasaran Dessert Box By Sweetydessert dalam Meningkatkan Minat Konsumen*. 5, 3347–3351.
- Iskandar, Dila, W. (2023). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Content Marketing Sebagai Variabel Intervening (Survei pada para pengguna TikTok yang berbelanja pada marketplace Shopee)*. 6681(6), 620–630.
- Junaris, I., & Haryanti, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Penerbit* (Cetakan Pe). [file:///C:/Users/First User/Downloads/PENGARUH+PROMOSI+MEDIA+SOSIAL+INSTAGRAM+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+JASA+DI+REEY+PHOTO+STUDIO \(1\).pdf](file:///C:/Users/First%20User/Downloads/PENGARUH+PROMOSI+MEDIA+SOSIAL+INSTAGRAM+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+JASA+DI+REEY+PHOTO+STUDIO%20(1).pdf)
- Khoirunnisa, Pramularso Yani Eigis, H. (2024). *Keputusan Pembelian melalui Content Marketing dan Influencer Marketing pada Pengguna Aplikasi TikTok*. 22(4), 396–412. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i4.10440>
- Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, dan S. I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital* (John Wiley).
- Kotler Philip, K. L. K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)* (New Jersey).
- Latifah, N. F., Nihayati, K., Kotabumi, U. M., Sari, S., & Utara, L. (2026). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram*. 4(1).
- Lisindawati, Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1–10.
- Luthfi Faishal Fauzi, Yani Nurhadryani, J. M. M. (2025). *The Influence Of Content Marketing On Patient Loyalty By Mediating Intention To Follow And Brand*

- Trust*. 8(1), 112–130.
- Mahardini Swesti, Singal Gryffin Virginio, dan H. M. (2022). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi TikTok*. 6(1), 180–187.
- Maidiana, M. (2021). Alacrity : Journal Of Education. *Journal Of Education*, 1(2), 20–29.
- Maszudi, E. (2023). *Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram*. 6(2), 1348–1358.
- Maulana, F. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Ewom, Content Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner UMKM Di Surabaya* (Vol. 32, Issue 3) [Universitas Hayam Wuruk Perbanas.]. <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/12529>
- Mutmainna Nur, Hasbiah Siti, Haeruddin Wardhana Ilham, Musa Imran Chalid, Hasdiansa Wulansari, I. (2024). ( *PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA Penjualan Produk Skintific Tahun 2022*. 1(2), 255–268.
- Nurivananda, S. M. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett Whitening Di Surabaya)*. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/15738>
- Panjaitan Roymon, SE, Ak, M. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Sukarno Pressindo* (Vol. 9, Issue 2).
- Pasaribu, A. F., Inda, T., Rahma, F., & Dharma, B. (2023). *Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk*. 10(2), 81–93.
- Pratama, Y., Sani, I., Al, M., Abdullah, F., Noviany, H., Narulita, S., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Suzan, R., & Sembiring, R. (2021). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*.
- Putra Andika, Puspita Veny, dan S. S. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Kota Bengkulu*. 13(2).
- Ricky, G. W. (2021). *Manajemen edisi 7 Jilid 1*. Erlangga.
- Royan Ar Fadhil, et al. (2024). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Digital Pada E-Commerce Di Kota Pekanbaru*. 2(5), 801–808.
- Saputra G.G, Fadhilah, F. (2024). *Strategi Pemasaran Melalui Fitur Live Streaming Instagram*.

- Sari Komala Dewi, Pebrianggara Alshaf, O. M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing* (Cetakan Pe). Umsida Press.
- Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2016). *Information Behavior on Social Live Streaming Services*. 4(2), 6–20.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan AkuntansiEcomant*, 5(1), 1–321.
- Sri Widyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung)*. 8(2), 99–102.
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Tamba, L., Marbun, S., & Nadapdap, K. (2025). Pengaruh Influencer, live streaming dan content marketing terhadap keputusan pembelian di Tiktok Shop. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2910–2916. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.944>
- Utami Tri Febriyani Dina, dan A. A. M. (2024). *Pengaruh Fitur Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada TikTok Shop*. 1(2), 51–58.
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E - commerce : A Study of Live Streaming Commerce. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 0123456789, 701–729. <https://doi.org/10.1007/s10606-022-09439-2>
- Wati Prasetyo Andi, Martha Aulia Jefry, I. A. (2020). *Digital Marketing* (Cetakan pe).
- Whelan Eoin, Islam A.K.M. Najmul, B. S. (2019). *Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance affects academic performance*.
- Widi, M. D. W. (2020). *Pengantar Manajemen*.
- Z, Z. Z., & Hermawan, A. (2025). *Social Commerce 2 . 0 : TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital*. 3.
- Zhang, M., Qin, F., Wang, G. A., & Luo, C. (2019). The impact of live video streaming on online purchase intention. *The Service Industries Journal*, 0(0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>