

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, *Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2011.
- Ananda, Azka Faranisa, dan Harimukti Wandebori. "The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger On Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students In Indonesia," International Conference On Ethics Of Bussiness, Economics, and Social Science 3, No. 1 (2016): 266.
- Ardianti, Asri Nugrahani. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)," Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 8, No. 2 (2019): 1.
- Astuti, Miguna, dan Nurhafifah Matondang. "Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media," Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Banjarnahor, Astri Rumondang., Bonaraja Purba Andriasan Sudarso, Safrida Hafni Sahir., "Manajemen Komunikasi Pemasaran," Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Baqi, Muhammad Fu'ad Abdul. *Shahih Bukhari Muslim*, Jakarta: Gramedia, 2017.
- Candra, Vivi., Nenny Ika Putri Sirmarmata, Mahyuddin Bonaraja Purba, Sukarman Purba. "Pengantar Metodologi Penelitian," Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Chakti, Andi Gunawan. "The Book Of Digital Marketing," Sulawesi Selatan: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Darwin, Muhammad. "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif," Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Ermawati, Kiki. "Peningkatan Loyalitas Wisatawan Hotel Melalui Online Reviews dan Online Booking Intention," Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa 2, No. 1 (2020): 22.
- Fadhilah, dan Galih Ginanjar Saputra. "Pengaruh Content Marketing Dan E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z," Jurnal Feb Unmul 17, No. 3 (2021): 506 -
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>

- Farki, Ahmad. *“Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia,”* Doctoral Dissertation, Institute Technology Sepuluh November, (2016): 5.
- Firdaus, dan Fakhry Zamzam. *“Aplikasi Metodologi Penelitian,”* Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Firdaus. *“Metodologi Penelitian Kuantitatif,”* Riau: DOTPLUS Publisher, 2021.
- Gunawan, Ce. *“Mahir Menguasai SPSS,”* Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Imam Muslim, *“Shahih Muslim”*, Surabaya: Al hidayah.
- Julianti, dan Yulfita Aini, *“Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian),”* Cano Ekonomos 8, No.1 (2019): 101.
- Kusumastuti, Adhi., Ahmad Mustamil Khoiron, Taufan Ali Achmadi. *“Metode Penelitian Kuantitatif,”* Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Latief, Fitriani, dan Nirwana Ayustira. *“Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Sociolla,”* Jurnal Mirai Management 6, No. 1 (2020): 140 - <http://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Limandono, Johan Ardi. *“Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City,”* jurnal strategi pemasaran 5, No.1 (2017): 3.
- Lindawati, Sri., Muhammad Hendri, Jeperson Hutahaean. *“Pemasaran Digital,”* Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Machali, Imam. *“Metode Penelitian Kuantitatif,”* Yogyakarta: Program Sarjana Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2017.
- Mahendra, Fauzan Zaki. *“Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @Authenticsid),”* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 9, No.2 (2021): 2.
- Muzakkii, Naufal. *“Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemic Covid-19 (Studi*

- Kasus Pada Sarawa.Co*), “e-Proceeding of Applied Science 7, No. 1 (2021): 2.
- Novianty, Dhythia. “*Deretan Aplikasi Paling Banyak Diunduh Di Dunia, Ini Juaraanya*,” *Suara.com*. <http://suara.com/tekno/2021/03/11/073847/deretan-aplikasi-paling-banyak-diunduh-di-dunia-ini-juaranya?page=all>
- Noviska, Dhea . “*Kreativitas Tanpa Batas Melalui Tren Aplikasi Tiktok Di Masa Pandemi*,” *TarFomedia 2*, No. 1 (2021): 38.
- Pertiwi, Limandono, dan Henni Gusfa. “*Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Kalbis Institute*,” *Jurnal Media Kom 8*, No.2 (2018): 48-49.
- Pulizzi, Joe. “*Epic Content Marketing: How To Tell a Different Story, Break Throught The Clutter, and Win More Customers By Marketing Less*,” McGraw-Hill Education, 2013.
- Purnomo, Rochmat Aldy, “*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*,” Ponorogo: Wade Group, 2016.
- Putri, Ourzha Miranda, dan Tri Indra Wijaksana. “*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee*,” *e-Proceeding of Management 8*, No. 5 (2021): 6397.
- Ramadhan, Ilham Hilal., Ryan Priatama, Az-Zuhaida, Awanis Akalili, Febriansyah. ”*Analisis Teknik Digital Marketing Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @Jogjafoodhunterofficial)*,” *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial 18*, No.1 (2021): 49.
- Riyanto, Andi Dwi. “*Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021*,” Andi Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021>
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*,” Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rizal, Achmad. “*Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*,” Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Salmiah., Fajrillah, Acai Sudirman. ”*Online Marketing*,” Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Setyawan, Dodiet Adytia. “*Hipotesis Dan Variabel Penelitian*,” Yogyakarta: Tahta Media Group, 2021.

- Sinambella, Lijan Poltak. *“Metode Penelitian Kuantitatif, “*Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sitompul, Saleh., Safrul Daulay, Reza Nurul Ichsan. *Konsep Dasar Penerapan Ekonomi Menurut Perspektif Islam*, Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, 2020.
- Sudarsono, Heri. *“Buku Ajar: Manajemen Pemasaran,”* Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020.
- Sudaryono. *“Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi,”* Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Tusanputri, Alyasinta Viela Tusanputri. *“Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop,”* Jurnal Feb Unmul 23, No. 4 (2021): 633. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Unaradjan, Dominikus Dolet. *“Metode Penelitian Kuantitatif,”* Jakarta: Grafindo, 2019.
- Wahyudi, Taesar. *“Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop,”* Jurnal Riset Manajemen 19, No. 1 (2019): 1-2. <http://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/33>
- Weerasinghe, *“Impact Of Content Marketing Towards The Customer Online Engagement,”* International Journal of Business, Economics, and Management 2, No. 3 (2019): 218.
- Wibowo, Radna Andi. *“Manajemen Pemasaran,”* Semarang University, 2019.
- Yuliantari, Kartika., Nurvi Oktiani, Kus Daru Widayanti. *“Manajemen Pemasaran,”* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020.
- Yusuf, Ramayani., Heny Hendrayanti, Lili Adi Wibowo. *“Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan,”* Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial 1, No. 2 (2020): 1.