

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., D 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. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225–236.
- Adinda, & Sukma, R. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli di Kopi Nako Kebon Jati. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 3, 7660–7669.
- Agustini, M. P., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Impact Of Influencer Marketing And Omni-Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7(1), 64–74. <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>
- Anita, S., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., Suaytno, A., Fadillah, M. I., Adam, K. A., Nurhayati, N., Puspitasari, M., & Abdillah, F. (2023). *Perilaku Konsumen* (M. A. Wardana, Ed.). Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP).
- Apriliani, N., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Brand Awareness Dan Komunikasi Pemasaran (Viral Marketing) Di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 501–515.
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3820>

- Arianto, N., Sabta, D., & Difa, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. In *Jurnal Disrupsi Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The Effects Of Perceived Ease Of Use, Electronic Word Of Mouth And Content Marketing On Purchase Decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Barusman, A. R. P. (2020). The Impact of Lifestyle, Social Media Marketing, and Influencer Marketing on Purchase Decision for Ayam Geprek Culinary Business Supply Chain Strategy and Service Recovery as an Antecedent of Customer Loyalty for Insurance Company View project. *Article in International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 2845–2860. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR2900317>
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Charis, J. C., Rotty, G. V., Wiraputra, A. L., & Parani, R. (2023). Kekuatan Pemasaran Digital: Analisis Dampak Iklan, Celebrity Endorsement, Dan Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 709–714. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1217>
- Chasanah, H. F., & Saino. (2019). The Effect Digital Content Marketing and Product Quality On Purchasing Decisions Through Buying Interest As Intervening Variable. In *Jurnal Mantik* (Vol. 6, Issue 1).
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Dharmmesta, B., & Handoko, T. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (Pertama). BPFE-Yogyakarta.

- Eilene, E., & Nirmalasari, N. L. P. I. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Travolks Bali Tour And Travel. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1733–1741.
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-JIEBI*, 2(1), 36.
- Fachrurazi, Kuswibowo, C., Azanda, S., Chadidja, S., Muhamad, L., Junianto, P., Suksesty, C., Suparman, A., Susilawati, R., & Sonani, N. (2023). *Perilaku Konsumen* (P. Cahyono, Ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu SOSial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Fauzi, A. A., Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., Dulame, I. M., Pramuditha, P., Sudipa, I. G. I., & Kom, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. In *Journal IMAGE* | (Vol. 8, Issue 1).
- Fimela. (2019). *Nivea, Produk Kecantikan Asal Jerman*. Fimela.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konseo, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (A. Heri, Ed.; 1st ed.). Yoga Pratama.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2020). *Pengaruh Online Consumer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk di MarketPlace Shopee*.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N., Suyatno, A., Rahayu, T., Syahputra, Wardani, Khasanah, J. S.,

- Yuswono, I., Sakti, D. P., Ilham, B., & Mansur, D. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (M. Wardana, Ed.). Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Hasibuan, L. (2022, November 4). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 69–81.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. CV. Andi Offset.
- Iriani, N. I., & Murti, N. D. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Meteor Cell Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 10(2), 68–76.
- Janah, I. M., & Soebiantoro, U. (2023). Analysis Of Brand Awareness And Influencers On Purchasing Decisions Of Wardah Lipstick Cosmetics In South Surabaya. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan WEB dan Harga Terhadap Mint Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jati, A. R. S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 231–241. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1925>
- Joan, V. (2022). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Kompas. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

- Katamso, T. H., & Sugianto. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), 165–183. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.324>
- Kemenperin. (2023). *Perkembangan Industri Kosmetik Nasional*. Industri Kimia, Farmasi, Dan Tekstil Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>
- Kementerian Perindustrian. (2020, January 27). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Khalishan, F. R., & Hermina, N. (2023a). *Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung)*. <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Khalishan, F. R., & Hermina, N. (2023b). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6. <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Khoiriyah, D., & Susanti, E. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Food Influencer dan Content Marketing terhadap Tingkat Kunjungan Bakso Mas Roy Cabang Surabaya Timur. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3588–3602.
- Lailiyah, N., Handini, Y. D., Sisbintari, I., Xu, S., Xavier, M., & Elliot, M. (2024). Influence of Instagram Content Marketing and e-wom on Consumer Purchase Decisions Through Buying Interest (Study on Ayucitra Gallery Consumers By Monokrom Jombang). *Journal Markcount Finance*, 2(1), 17. <https://doi.org/10.55849/jmf.v2i1.277>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1, 128–136.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 89–96.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Ikraaith-Ekonomika*, 6, 180–187. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>

- Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (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>
- Munandar, D. (2021). The Role of Digital Marketing, Influencer Marketing and Electronic Word of Mouth (eWOM), on Online Purchase Decisions for Consumers of Private University Students in Bandung West Java. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.298>
- Mutia, A. (2022, December 5). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Nababan, W. M. C. (2023, July 24). *Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/23/pertumbuhan-industri-kecantikan-ditopang-impor-bahan-baku>
- Nivea. (2023). *Sejarah Nive - 100 Tahun Dalam Pembuatannya*. Nivea. <https://www.nivea.co.id/tentang-kami/sejarah-nivea>
- Nivea. (2024). *Nivea: Brand & Perusahaan*. Nivea. <https://www.nivea.co.id/tentang-kami>
- Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Lestari, W., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.). PT, Nasya Expanding Management.
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nurniati, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Word of mouth and Influencer Marketing strategy on Purchase Decision of Skincare Products in E-

Commerce. In *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 4, Issue 1). <https://compas.co.id/>

- Nursal, M. F., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1.i3>
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (ECOBISMA)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Pingki, E., & Ekasasi, S. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MSI. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 115.
- Pratama, R. W., & Sungkono, S. (2023). Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1382–1391. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.611>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della, Ed.). Pascal Books.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, Wi. L. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *AGORA*, 10.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Alauddin University Press.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Sammis, K., Lincoln, C., & Pomponi, S. (2016). *Influencer Marketing For Dummies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *JKIS*, 1(3). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Saputro, F., & Jalari, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen (JURMA)*, 1, 266–285.

- Sari, R. A. (2022, December). *Perkembangan Industri Kosmetik Global, Potensi dan Tren Terbaru*. Mash Moshem Indonesia. <https://mashmoshem.co.id/perkembangan-industri-kosmetik-global/>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoberneo*, 8(1), 147–155.
- Satiawan, A. A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09.
- Schaefer, J. W. (2018). *Content Marketing*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis (Pendekatan Pengembangan-Keahlian)*. Salemba Empat.
- Sharma, S. (2023). *Future Trends in Business: Knowledge, Skills, Sustainability, Innovation and Technology (FTB-KSSIT-2023)*. www.bhartipublications.com
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Tampenawas, J. L. A., & Windi, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 772–784.
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., Mukuan, D. D. S., Administrasi, J. I., & Bisnis, A. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Jurnal Productivity*, 3(3). <https://id.wikipedia.org/wiki/Produk>
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). Customer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 1. <https://attractivejournal.com/index.php/bil>
- Wasiat, F. A. I., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513–532. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature

Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* , 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

Yoga Prasetya, A., Dwi Astono, A., Ristianawati, Y., Manajemen, P., & Totalwin, S. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2).

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasran Shopee Terhadap eputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.

