

## DAFTAR PUSTAKA

Afiah, V., & Vera, N. (2020). Pengaruh Konten Instagram Seblak Jeletet Murni Terhadap Minat Beli Konsumen. *PANTAREI*, 4(01).

Agustinus, H., & Marbun, S. (2020). PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN REVIEW PRODUK DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEPHOTO\_PROJECT. *Journal Research of Management (JARMA)*, 2(1), 58-67.

Alkharabsheh, O. H. M., & Zhen, B. H. (2021, April). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process. In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, pp. 1823-1834).

Arbaini, P. (2020). Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1).

Arfianto, R. (2020). *Analisis Pengaruh Review Produk, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Chen, J., Kou, G., & Peng, Y. (2018). The dynamic effects of online product reviews on purchase decisions. *Technological and Economic Development of Economy*, 24(5), 2045-2064.

[http://prima.lecturer.pens.ac.id/Pasca/tabel\\_r.pdf](http://prima.lecturer.pens.ac.id/Pasca/tabel_r.pdf)

<http://repo.darmajaya.ac.id/2539/6/BAB%20II.pdf>

<http://repository.stiedewantara.ac.id/2005/5/BAB%20III.pdf>

<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20F%20bertujuan%20untuk%20mencari,bersama%20Dsama%20terhadap%20variabel%20terikat.>

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/11740/05.3-BAB-III.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/26433/25556>

<https://www.sekawanmedia.co.id/content-marketing/>

<https://www.xendit.co/id/blog/indikator-keputusan-pembelian-online-definisi-dan-tipe/>

Puspayani, S., Jessica, J., & Budiarto, B. (2021). Pengaruh Konten Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8), 4084-4092.

Rahman, T. (2019). *Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen Caffe Go-Kopi di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Rofiq, A. (2013). PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1).

Zella, H.H. (2019). PENGARUH REVIEW FOOD BLOGGER JAVAFOODIE TERHADAP MINAT BERPERILAKU KONSUMEN KULINER DI YOGYAKARTA