

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rizaldi Agustiansyah. (2023). Terus Meningkatkan, Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212 Juta Tahun 2023. <https://teknologi.id/insight/terus-meningkat-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-juta-tahun-2023>. *Artikel*. diakses pada 10 November 2023.
- Aji, Tegar Mulya R. (2023). The Influence of Product Reviews, Trust, and Marketing Content on Tiktok on Jiniso's Product Purchase Decisions. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 2(4), 899-918.
- Andriani, Miftahul. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Shopee). *Skripsi*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73591/1/SKRIPS%20MIFTAHUL%20ANDRIANI%20%2811190810000109%29%20MANAJEMEN%202019.pdf> diakses pada 10 November 2023.
- Ardisa, Florensia Vivin., Sutanto, J. E., & Sondak, Michael Ricky. (2022). The Influence of Digital Marketing, Promotion, and Service Quality on Customer Repurchase Intention at Hub22 Lounge & Bistro Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 854-862.
- Chatzoglou, Prodromos & Chatzoudes, Dimitrios & Savvidou, Athina & Fotiadis, Thomas & Delias, Pavlos. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *International Journal Heliyon*, 8, 1-18.
- Chen, Yifei., Lu, Feiyan., & Zheng, Siyu. (2020). A Study on the Influence of E-Commerce Live Streaming on Consumer Repurchase Intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 48-62.
- Cheng, Yi-Shan. (2021). The Effect of Content Marketing on Repurchase Intention: A Study of Online Travel Agencies. *The International Journal of Organizational Innovation*, 14(2), 25-36.
- Dahlan, M. Sopiudin. (2014) *Statistik untuk Kedokteran dan Kesehatan*. Jakarta: Epidemiologi Indonesia
- Dermawan, Rizky & Rahmayanti, Sri. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *Journal of Management & Business*, 6(1), 337-344.
- Elistia & Septiani, Resty Emerellia. (2023). Determinants of Repurchase Intention on E-Grocery Alfagift. *International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 3(1), 143-152.

- Febrian, Samuel. & Kurniawan, Shelvy. (2022). Analysis of The Effect of Web Design Quality, Sales Promotion, Order Fulfillment on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Mediating Variable on E-Commerce Marketplace Users in Jabodetabek. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Johor Bahru, Malaysia*, 1782-1791.
- Fauziah, Ria Resti & Agustin, Nurul & Setiawan, Riki Adi. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Karakter Mahasiswa Pgmi Stai Al-Azhar Menganti Gresik. *Jurnal Primary*, 2(1), 45-52.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Thesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitryani, & Nanda, Aditya Surya. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Covid-19 Dalam Mendorong Minat Belanja Masyarakat Sidoarjo. *Jurnal Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu*, 181–188.
- Florendiana, Tania Rahma., Andriani, Dewi., & Hariasih, Misti. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 124-140.
- Frost, Raymond & Strauss Judy. (2016). *E-Marketing*. New York: Routledge.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa : Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Global Jakarta*, Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama.Ghalia Industri.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya). Erlangga. Jakarta.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Guntara, Sangga Pijar. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli seragam Futsal pada Toko Focus Konveksi di Pekanbaru. *Skripsi*. <https://repository.uir.ac.id/9572/1/145211082.pdf>. Diakses pada 10 Januari 2024.
- Hair, J. F., Anderson R. E. & Tatham, R. L., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Handayani, R. & Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). The Influence of Social Media TikTok and E-wom Interested to Buy Soemethinc Brand and Impact on The Purchase Decision (Survey of TikTok Users in The Management Study Program of University Perjuangan Tasikmalaya) Pengaruh Media Sosial TikTok dan E-wom. *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 473–482.

- Hermawan, Ditiya., Amilia, Suri., & Ardiyanti, Dyah Ayu. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Eiger di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 33-40.
- Hertin, Revita Desi. (2023). The influence of e-commerce adoption on the success of MSMEs in Empat Lawang Regency in the Covid-19 pandemic. *International Research Journal of Science, Technology, Education, and Management*, 3(1), 91-104.
- Irianto. Devan Ramadhan. (2021). Pengaruh Content Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang) *Skripsi*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/30130/>. Diakses pada 10 Januari 2024.
- Isnaini, Anisya Tiara., Mohamad Rizan2, & Ika Febrilia, Ika. (2023). Factors Affecting Customer Repurchase Intention: Case Study on Food Delivery Application. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1-18.
- Joseph Cronin & Steven A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing*.
- Karr, D. (2016). Cara Memetakan Konten Anda ke Perjalanan Pelanggan yang Tidak Dapat Diprediksi. <http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping>. *Artikel*. Diakses pada 10 Januari 2024.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0 Moving from traditional to digital*, 4(1). John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th edition). United States: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniati, Maya Tri. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Marketing terhadap Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Pelanggan (Studi pada Jasa Emkl di PT Kamadjaja Logistics). *Skripsi*. <http://repository.stei.ac.id/6140/> diakses pada 26 November 2023.
- Kusnandar. (2015). Pengaruh Citramerek dan Kesadaran Label Halalproduk Kosmetik La Tulipe Terhadap Minat Konsumen untuk membeli Ulang di Kota Banyuwangi. *Skripsi*. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/71455>. diakses pada 25 Januari 2024.

- Limandono, J. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lustono., & Cahyani, Fadila Laila. (2020). Pengaruh Media Promosi Digital atau Online dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Belanjadolo Online Shop di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis Stie Tamansiswa Banjarnegara*, 20, 11-24.
- Mangalani, Wiranti Ratanattaya Jaya. (2020). Pengaruh Content Marketing Shopee Live Terhadap Customer Engagement. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Muhammad Anang Firmansyah, Perilaku Konsumen, (Surabaya: Deepublish, 2018).
- Munte, Yuni Syara., Ginting, Paham., & Beby Karina F. Sembiring. (2022), The Influence of Trust and Sales Promotion on Repurchase Intention Through Consumer Satisfaction in Doing Online Shopping in Medan City. *International Journal of Research and Review*, 9(8), 318-337.
- Musanto, Trisno (2004), Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6(2), 123-136.
- Muthi, Luqmanul Hakim & Utama, Andyan Pradipta. 2023. The Effect of Price, Brand Image and Promotion on Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated by Customer Satisfaction. *DIJMS: Dinasti International Journal of Management Science*, 4(4), 613-626.
- Nastiar, Fathurrahman. (2023). *Pengaruh Live Shopping Marketing Terhadap Purchase Decision (Studi pada Pelanggan Tiktok Shop)*. thesis, Universitas Pendidikan Indonesia. <https://repository.upi.edu/111683/>. Diakses pada 10 Januari 2024.
- Nasution, M.N. (2004). *Total Service Management Manajemen Jasa Terpadu Edisi Pertama*. Bogor Selatan: Gahalia Indonesia.
- Nurchasanah, Devi., Lukitaningsih, Ambar., Cahyani, Putri Dwi., & Udayana, Ida Bagus Nyoman. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi TikTok Shop. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 1081-1095.
- Nurvajri TR, Cut., Yunus, Mukhlis., & Syafruddin Chan. (2022). The Effect of Content Marketing and Social Media Influencer on Customer Satisfaction and Their Impact on Online Repurchase Intention During The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Scientific and Management Research*, 5(6), 156-168.

- Pandiangan, Saut Maruli Tua., Resmawa, Ira Ningrum., Simanjuntak, Owen De Pinto., Sitompul, Pretty Naomi., & Jefri, Riny. (2021). Effect of E-Satisfaction on Repurchase Intention in Shopee User Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 7785-7791.
- Pasaribu, Aisyah Fitri., Rahma, Tri Inda Fadhila & Dharma, Budi. (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.
- Patsiaouras, G., Fitchett, J.A., 2012. The evolution of conspicuous consumption. *Journal of Historical Research in Marketing* 4 (1), 154–176.
- Pratiwi, Dewanti. & Gusfa, Henni. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8 (2), 45-57.
- Puspitasari, Anita Dian. (2009). Studi Peningkatan Minat Beli Ulang Nasabah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 8 (2), 159-172.
- Rahmawati, Nurul & Hidayat, Rahmat. (2023). Pengaruh Content Marketing dan *Digital influencer* pada Aplikasi Tiktok Shop Terhadap Repurchase Intention Tahun 2023 (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tiktok). *e-Proceeding of Applied Science*, 9(5), 2294-2300.
- Ruslim, Tommy Setiawan. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Mukti Rahardjo*, 2, (1), 51-65.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: ANDI, 2013).
- Saifudin, Rafid. (2016). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth pada Situs Jejaring Sosial Twitter (Studi pada Pembelian Produk Fashion Online). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. diakses pada 26 November 2023.
- Salsabila, Clarisa., Umbara, Taufan., & Retno Setyorini. (2022). pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang dengan pengguna produk Somethinc. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(4), 668-679.
- Sarwono, Jonathan. (2010). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Edisi 5. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Hansen Brian. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty dengan Online Promotion dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(10), 1-15.

- Sinaga, Siska. (2023). Peringkat Kepopuleran *Brand fashion* Lokal di Sosial Media dan E-Commerce. <https://www.indonesiana.id/read/163323/peringkat-kepopuleran-brand-fashion-lokal-di-sosial-media-dan-e-commerce>. Diakses pada 10 November 2023.
- Sofyan, S., & Sastika, W. (2019). Analisis Content Marketing Video Bumper pada Perusahaan PT. Lintas Mediatama Sebagai Media Promosi di Kota Bandung. *Eproceedings*, 5(2), 470-475. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10054>. diakses pada 10 November 2023.
- Song, M. C., & Yu-li Liu. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World"*, Online Conference.
- Suarna, Indri Ferdiani. (2022). Purchase Decision pada Live streaming Shopping Pengguna Media Sosial TikTok di Bandung. *Ekono Insentif*, 16(2), 138-152.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumiyati & Zabella, Zein. (2023). The Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Intention E-Money in Pontianak City. *International Journal Papier Public Review*, 4(1), 8-20.
- Sutopo & Muslikhun, Alfin. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Online Melalui Live streaming pada Media Sosial Online (Studi Kasus pada Online Shop di Platform TikTok). *Dharma Ekonomi*, 56, 49-56.
- Syamsiyah, Azizah Nur & Winarso, Widi. (2023). Citra Merek, Ulasan Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Celana Jeans Jiniso.Id Pada Generasi Z Di Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 19(1), 54-62.
- Taufik, Edi Rahmat & Lestari, Monica Desty Ayu. (2023), The Effect of Perceived Value and Sales Promotion on Repurchase Intention by Mediation of Fund User Customer Satisfaction at Supermal Lippo Karawaci Tangerang. *British Journal of Marketing Studies*, 11(2), 50-63.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2015). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed). Yogyakarta: Andi Offset.

- Tulanggow, Sharen G., Tumbel, Tinneke M., & Walangitan, Olivia. (2019). Pengaruh Marketing dan Harga Terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.
- Umah, Anisatul. (2023). Ini Brand Fashion Lokal Paling Populer di Sosmed dan E-Commerce. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2023/04/16/502/1132303/ini-brand-fashion-lokal-paling-populer-di-sosmed-dan-e-commerce>. *Artitel*. Diakses pada 6 Januari 2024.
- Wardi, Yunia. (2022). The Influence of Live Sale and Flash Sale on Repurchase Intention in The New Normal Era on Shopee Customers in Padang City. *Banking and Management Review*, 11(1), 1512-1525.
- Wirtz, J. & Lovelock, C. (2018). *Essential of Services Marketing*. 3rd ed. Pearson.
- Wulandari, Yuni Kartika (2023) Pengaruh store image dan content marketing terhadap repurchase intention yang di mediasi customer satisfaction: Studi pada pelanggan NTB Mall di Kota Mataram. *Undergraduate thesis*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/52949/>. diakses pada 26 November 2023.
- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. 2009. SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yonathan, Gregorius Edwin & Bernarto, Innocentius. (2022). Pengaruh Content Marketing Instagram, Social Media Marketing Instagram, Price, Dan Restaurant Atmosphere Terhadap Repurchase Intention Pada Restaurant Dan Bar. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(2), 106-119.
- Yulida, Fini., Rana, Junaid Ali Saeed., Mandagie, Wenny Candra. & Linggadjaya, Restiana Ie Tjoe. (2023). Pengalaman Pelanggan dan Marketing Penjualan Terhadap Minat pembelian ulang: Wawasan Tentang Minimarket yang Sangat Kompetitif di Jakarta. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 4(1), 26-38.
- Yunila., Pariama, Muhammad., & Apriani, Nanda. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Mbakoy Coffee Unaaha. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 103-108.
- Yunita, Dessy & Widad, A. & Diah Yuliansyah M. & Farla, Wita. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2 (2), 89-96.
- Yusuf, Ramayani, Hendrayati, Heny, & Wibowo, Lili Adi. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.

- Zahroq, Erma Laelatul & Asiyah, Binti Nur. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang pada Pengguna Shopee Generasi-Z. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83-98.
- Zivi, Mayang Puti., Hamid, Fortuna Zain., & Mustofa, Anwar. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Dan Kecepatan Inovasi Terhadap Niat Membeli Kembali Umkm *Fashion* di Instagram (Studi Kasus Pada Erigo Store). *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, 03(2), 36-46.