

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cheng, Y.-S. (2021). The Effect of Content Marketing on Repurchase Intention: A Study of Online Travel AgenciesA. *International Journal of Organizational Innovation*, 25-37.
- Dewi, N. P. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1 (4), 178-190.
- Hariyanti, N. T. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*. 15 (1), 133-146.
- Huda, I. U. (2021). Pengaruh Content Marketing dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* 8 (1), 32-40.
- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji jiwa. *Prologia*, 440-447 Vol. 3, No. 2.
- Juventino, D. D. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Engagement dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening pada E-Commerce Zalora Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran* 7 (2), 1-12.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Fransisco: Meltwater.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 Moving From Tradisional To Digital*.
- Kotler, P. G. (2020). *Priciples of Marketing Eighth Europe An Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Lepojevic, V., & Dukic, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Market - An Empirical Study In The Republic Of Serbia1. *Economics And Organization Vol. 15, No 3*, 245 – 256.
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197-216 .

- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*. 14 (3), 333-342.
- Nurhadi, T. L. (2023). Pengaruh Content Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Trust Terhadap Customer Retention Dengan Customer Value Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pelanggan Generasi Z Mcdonalds Di Surabaya) . *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis* 6 (2), 889-910.
- Pasaribu, A. F. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Influencer terhadap Minat Beli pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2 (2), 81-93.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: StaiaPress.
- Rahmidani, S. P. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline Hand & Body Lotion. *Jurnal Ecogen* 6 (1), 119-127.
- Rathod, H. S. (2023). Influencer Marketing: A New Marketing Communication Trend. 155-167.
- Sari, S. A., Setianingsih, W. E., & Rusdiyanto. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Pemasaran Digital Era Modern Terhadap Loyalitas Konsmen Produk Emina (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember). *Journal of Business, Management and Accounting*, 5 (2), 509-521.
- Sari, W. A. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Tiktok Terhadap Brand Image Bittersweet by Najla. *Prologia* 5 (2), 356-361.
- Setiawan, F. A., & Safitri, H. I. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lokal Kecantikan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2 (1), 187-204.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyanto, R. N. (2022). Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1) , 1-11.
- Yuliana, Y. (2017). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Fakultas Ekonomi

UMN Al Washliyah Medan T.A 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 2 (2), 318-325.

Yulita, G. P. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WOM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap minat beli kosmetik Mother of Pearl. *Jurnal of Business & Applied Management XV* (2), 133-142.

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.