

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023, May). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. In Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) (Vol. 2, pp. 455-466).
- Agustinus, H., Marbun, S. (2020) Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Review Produk Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mephoto_Project. Universitas Triatma Mulya.
- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh content marketing di Instagram stories@ lcheesefactory terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-11.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2020). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(6), 473-483.
- Aminah, Siti (2022) Modul Bauran Promosi Produk. [Teaching Resource].
- Anwar, A. S., & Siswanto, D. S. (2020). Pengaruh Differensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pendekatan Partial Least Square Sem Smartpls. *KarismaPro*, 11(2), 58-73.
- Ardan, S. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Viral Marketing terhadap Minat Beli pada E-commerce Shopee di kecamatan Gedangan Sidoarjo. (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian Maneggio: *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Ayuni, S. (2022). Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Jawa Tengah Berbasis E-Content Marketing Dan Influencer Social Media Serta E-Trust (Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata di Jawa Tengah). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 28-40.
- Baharudinsyah, F. A. (2023). Pengaruh content marketing, brand Ambassador, dan brand awareness terhadap minat beli pelanggan brand fashion maternal disaster di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Devi, A. A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1-5.

- DEWI, E. S. (2023). TYPES OF BRAND ASSOCIATION BRAND IMAGE GOJEK DENGAN BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PERIODE 2022 PADA FOLLOWERS@ GOJEKINDONESIA (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Dinda, Meryssa Bella (2023) PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI SURABAYA. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Fadhilah, F., & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. INOVASI: Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen, 17(3), 505-512.
- Firmansyah, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan konsumen sebagai moderasi di kedai kopi teko Banyuwangi. (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya).
- GIOVANI, REYNALDI (2022) Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Hendrawan, R. A. (2022). Hubungan Content Marketing Bittersweet By Najla dengan Keputusan Pembelian Followers. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 23-28.
- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonobojo Di Bondowoso. Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 1(10), 2141-2151.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen, 8(1), 32-40.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 6(2), 16-25.
- Ida Iriani, N., Sasongko, T., & Dewi Murti, N. (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), 155-160.
- Irene, L. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Attitude dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara Pada Pengguna Rokok Wimsilak di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran, 6(2), 10.

- Janah, Indah Miftaul (2023) Analisis Brand Awareness Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Wardah di Surabaya Selatan. Undergraduate thesis, UPV Veteran Jawa Timur.
- Karimah, A. I. (2023). Pengaruh kesadaran merek dan kesadaran Halal konsumen terhadap keputusan pembelian produk kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Kristina, Nabila Ayu (2023) Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cuci Muka Garnier. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Kumbara, V. B. (2021, Mei). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(5), 604-630. doi:<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>
- Mafaza, Rr Adira (2022) Pengaruh Sales Promotion dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *IkraithEkonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Marini, S., Rosdiana Aprilia, L., & Sakti Wibawa, I. (2022). Efektivitas Dimensi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 6(2), 482–497. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.924>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh viral marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian Publik: jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik, 9(1), 27-37.
- MUFARIDA, S. (2021). Pengaruh Content Marketing, Social Media, dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Pati Oblong (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia 2023 (katadata.co.id)
- Pertiwi, P. D. (2020). Pengaruh content marketing, social media marketing, dan event marketing terhadap customer loyalty dengan variabel mediasi customer engagement (Studi pada pengunjung ON OFF Festival 2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).

- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Purwanto, K., Wiska, M., & Hardiyanti, T. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Viral Marketing, Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Aplikasi Youtube (Studi Kasus Mahasiswa Undhari 2019-2022). *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 17(1).
- Putra, agam syahreza (2024) Pengaruh Brand Awareness dan Brand Association Terhadap Repurchase Intention Sepatu Dr.Martens di Kota Surabaya. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Rahmawatie, D. E. (2023). Pengaruh content marketing dan influencer pada pembelian produk scarlett di tiktok terhadap keputusan pembelian konsumen secara online (studi mahasiswi itb widya gama lumajang).
- Rahmayanti, S. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop di Surabaya. (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya).
- Reyhan, L. K. S., Hendratono, A. K., Sigarlaki, J. J., & Sakti, I. M. (2024). PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM SORAMATA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DAN WEBSITE. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1-6.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada Pegipegi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.
- Septiani, S., & Arini, E. (2024). The Influence Of Brand Awareness, Content Marketing, And Product Innovation On Purchase Decisions For Mixue Ice Cream Products In The West Circle Of Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management*, 4(1), 9-20.
- Shadrina, N. R., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis 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. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Sihotang, H. (2023). Metode penelitian kuantitatif.
- Soebiantoro, U., Aminah, S., & YA, E. E. (2022, August). The Effect of Brand Image and Price Perception on Asus Laptop Purchase Decision. In *Proceedings of International Conference on Economics Business and Government Challenges* (Vol. 1, No. 1, pp. 279-284).
- Sudarsono, S. (2020, July). Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia. In *Seminar Nasional Kepariwisata (SENOTITA) 2020*.
- Supangkat, Ariq Satria (2022) Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Tristyningsih, Dhanita Wardah (2021) STRATEGI BRANDING PRODUK HIJAB DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Pada Toko Hijab Right Miracle Surabaya). Other thesis, UPN Jawa Timur.
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (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>
- Vildayanti, R. A., Sriyanto, A., Hidayat, R. S., & Setyarko, Y. (2022). Peran Konten, Testimoni dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Kopi Lima Detik Kemang, di Jakarta). 11(2), 168–183.
- Wijaya, Bima Ilham Adriawan (2023) Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Pembersih Wajah Biore di Kota Surabaya. Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (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. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.3>
- Yustiawan, S. T., & Lestari, B. (2023). PENGARUH INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PISCOCOL DI KOTA MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 160-168.