

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 325–333. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p325-333>
- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City) Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Pr. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Amalia, C. D. (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.
- Astuti, D. P., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh media sosial *influencer* terhadap minat beli konsumen melalui promosi produk kosmetik di Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4689–4697.
- Astuti, R. L. M. B. (2016). Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Interaksi Online*, 5(1), 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/14474>
- Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254>
- Bahri, Y. D. P., & Aminah, S. (2022). Pengaruh E-Wom Pada Konten Media Sosial Instagram Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ms Glow. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(2), 3441–3446. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/8081>
- Botelho, M. F. M. (2018). THE IMPACT OF INFLUENCERS IN THE CONSUMER ' S PURCHASE INTENTION : THE COSMETIC INDUSTRY Márcia Filipa Martins Botelho Dissertation submitted as partial requirement for the conferral of Master ' s in marketing. *Repositorio.Iscte-Iul.Pt*. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/19346/4/master_marcia_martins_botelho.pdf
- Brown, D., & Hayes, N. (2018). *Influencer Marketing , Who Really Influences, Your Customer*. Elsevier Ltd.

- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT.Sarana Tutorial Nurani Sejatera.
- Dita Olivia Nurhayati Rachmat, Maya Ariyanti, D. A. Z. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2858–2865.
- FuiYeng, W., & Yazdanifard, R. (2015). A Study of Consumers' Buying Behavior in Relation to Green Products. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 15(5), 01–08.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan penerbit Undip.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Hair -2010.pdf* (p. 761).
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Haryanti, N., Prim Masrokan Mutohar, Mujamil Qomar, & Asrop Syafi'i. (2018). The Influence Of Experiential Marketing (Sense Marketing, Feel Marketing, Think Marketing, Act Marketing) Against The Quality Of The College Of Religious Islam Negeri (PTKIN) In East Java Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(2), 430–442. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i2.464>
- Hutabarat, J. R. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur). *Repository Universitas HKBP Nommesen, Sasmitodia*, 1–5.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Isnaini, T. P., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Instagram Paid Advertising, dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk MS Glow pada Mahasiswa Universitas *Management Studies and ...*, 4(6), 9006–9016. <https://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/3673>

- Karr, D. (2016). How to map your content to unpredictable customer journeys. *Meltwater Outside Insight*, 9. [http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping Content Marketing eBook.pdf](http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping_Content_Marketing_eBook.pdf)
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Produk, Harga, Dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas Thriftdulduldul). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1), 1–17.
- Liu, H.-H., & Wang, Y.-N. (2019). Interrelationships between Viral Marketing and Purchase Intention via Customer-Based Brand Equity. *Journal of Business and Management Sciences*, 7(2), 72–83. <https://doi.org/10.12691/jbms-7-2-3>
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @authenticid). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 40–57.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>
- Pratiwi, R. S. (2022). Pengaruh Store Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Pengguna E-commerce Tokopedia di Jakarta Timur). *Repository STIE Jakarta*, 9–24.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Masa Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing How to Tell A Different Story, BreakThrough The Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2022). Meningkatkan Minat Beli Produk Online Shop Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(3), 226–234. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i3.1194>
- Rizky Kertanegara, M., Nabila, A., Nanda Berlian, C., Jeaniffer, E., Dwi, F., Sabrina, I., Srengseng Sawah, J., Jakarta Selatan, K., Jakarta, D., Paralel Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina Jl Gatot Subroto NoKav,

- K., & Prapatan, M. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Konvergensi*, 2(1), 108–126.
- Roisah, R., Khusnaini, K., & Maulyan, F. F. (2024). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT BELI PADA LIVE STREAMING TIKTOK (Studi Kasus pada Viewers Live Streaming TikTok Akun Jiniso di Kota Bandung). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 11. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Rosyadi, M. Z. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literature). *Manajemen Dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 2, 1, 2*.
- Saha, S., Lestari, W., Dini, C., Sarian, M. N., Hermawan, H., Barão, V. A. R., Sukotjo, C., & Takoudis, C. (2022). Corrosion in Mg-alloy biomedical implants- the strategies to reduce the impact of the corrosion inflammatory reaction and microbial activity. *Journal of Magnesium and Alloys*, 10(12), 3306–3326. <https://doi.org/10.1016/j.jma.2022.10.025>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behaviour. 8th Edition*. Prentice Hall.
- Setyobudi, M. A., & Farida, S. N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Surabaya. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2), 29–36. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2.124>
- Shabbir, M. S., Ghazi, M. S., & Mehmood, A. R. (2016). Impact of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs. *Management and Economics Research Journal*, 02(October), 1. <https://doi.org/10.18639/merj.2016.02.200914>
- Sholiqah, N., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Online Consumer Review Influencer Tiktok dan Label Halal terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 2412–2431.
- Soebiantoro, Haryanti, N. (2022). Perilaku Organisasi. In *Soebiantoro, Nik haryanti* (Vol. 5, Issue 3).
- Sugito, D. W. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Strategi Promosimelalui Media Sosial, Dan Viralmarketingterhadap Keputusan pembelian Produk Sakola Secara Daringdi Daerah Istimewayogyakarta*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

- Supriyanto, A., Permatasari, R. D., Prihastuti, A. H., Saputra, T., & Bora, M. A. (2023). Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(2), 267. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i2.17740>
- Tarigan, E. B., Nofiawaty, N., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1618–1629. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4067>
- 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>
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.390>
- V. Wiratna Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka baru pers.