

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, ummul, Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Alfisyah, E., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Roti Mox Cabang Duku Kupang Surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 8(4). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Alhaq, D. D., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Bright Gas di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6666–6674.
- Ali, F., Kim, W., Li, J., & Jeon, H.-M. (2020). Make it delightful: Customers' experience, satisfaction and loyalty in Malaysian theme parks. *Journal of Destination Marketing and Management*.
- Amin, A. M., Rafiqah, D., & Yanti, F. (n.d.). *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>
- Andriani, N. (2023). *Manajemen Merek: Strategi dan Pengembangan* (Y. Chrismardani, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Cheng, Y.-S. (2021). THE EFFECT OF CONTENT MARKETING ON REPURCHASE INTENTION: A STUDY OF ONLINE TRAVEL AGENCIES. *The International Journal of Organizational Innovation*, 14(2). <https://www.ijoi-online.org/>
- Citra, N. A., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing dan Elektronik Word Of Mouth Pada Platform Tiktok Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kanzler: Studi Pada Konsumen Produk Kanzler Di Surabaya. *International Journal of Economic Development Research*.
- Damayanti, S., Chan, A., & Safa'atul Barkah, C. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image MyPangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Firdaus, L. I., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific (Studi Pada Followers Tiktok @skintific_id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14 No. 1,

86–94.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/55433/46309>

Gavilan, D., Avello, M., & Martinez-Navarro, G. (2021). The influence of online content marketing on customer attitudes, trust, and purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(102668).

Ghozali, I. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (9th ed.).

Hossain, A. M., Nirufer Yesmin, M., Jahan, N., & Kim, M. (2021). Effects of service justice, quality, social influence and corporate image on service satisfaction and customer loyalty: Moderating effect of bank ownership. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137404>

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.

Khairat, N., & Widaningsih, S. (2024). Penerapan Bauran Pemasaran 4P pada Astiga Leather Tahun 2024. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 142–151.

Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited. www.pearsonglobaleditions.com

Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 511–520. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36372>

Marisah. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT SKINCARE SKINTIFIC STUDI KASUS PADA RESELLER SHOPEE LIAN & CO TANJUNGPINANG*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjung Pinang.

Musytari. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Geprek Benu Kota Malang. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 8(5).

Mutiara, C. M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOSMETIK MAKE OVER DI KOTA BANDA ACEH*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Nafmira, N., Safaruddin, Hasibuan, A. S., Tambunan, S. R., & Nasution, H. P. (2024). Pengaruh Sosial Media Instagram dan Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Makecents. *IJEN: Indoneisa Journal of Economy and Education Economy*, 2(3), 500–506. <https://jurnal.academiacenter.org/index.phpIJEN>
- Nasuka, M. (2023). *Etika pemasaran Dalam Perspektif Islam* (P. A. Wibowo, Ed.). UNISNU PRESS.
- Diandra, N. M. A. P., & Rahanatha, G. B. (2024). Pengaruh Content Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 20(3), 48–65. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.375>
- Nisa, A. L., & Kusuma, Y. B. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Es Teh Indonesia (Studi Kasus Generasi Z di Kota Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 473–483. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3917>
- Nur Atika, R., Haidar, K., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Mulawarman, U. (n.d.). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 2024. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Intervening. *JKMB: Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 144–160. <https://doi.org/10.24036/jkmb.11270300>
- Porwani, S., & Rochmawati, B. (2021). Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang 2. *Adminika*, 7(1).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Putra, G. S. (2023). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN 4P (Suatu Studi Pada CV Sportwear di Kota Bandung)*. Universitas Galuh.
- Rahmawati, L., & Santoso, B. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Produk Bakery di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 9(1), 34–46.

- Ristiana, A., Selvira, R., Sari, W., Kristaung, R., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Keterkaitan Social Media Terhadap Customer Satisfaction. *Digital Ekonomi*, 1(1), 15–24.
- Rohali, C. U., & Nurlinda, R. (2022). Apakah Content Marketing dan Customer Experience Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 10(1).
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, ilham, Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Kita Menulis*. Yayasan Kita Menulis.
- Solihin, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 431–445. <https://doi.org/10.32493/drb.v6i4.32063>
- Sugiyono. (2020). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. *ALFABETA BANDUNG*.
- Sulistiono, R. P., & Nirawati, L. (2024). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Consumer Satisfaction of Nike Shoe Consumers in Surabaya. *Business and Accounting*, 7(4). www.topbrand-award.com
- Syaparudin, B., N, A., & Handayani, R. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JMBT (Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan)*, Vol.5, No. 2, 78–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183–195. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>
- Wandira, R., & Arief Hadian. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Binjai). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(02), 95–104. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i02.104>
- Widianti, D. A., Ramli, R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Achmad, J., & Cimahi, Y. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Product Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Serum Skintific di Bandung). *Edunomika*, 8(2).
- Wirianson, K., Djali, I., Ranita, S. V., & Arif, A. (2024). Kualitas Produk Furniture Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Angkasa Perabot Home Furniture). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu*

Manajemen, 12(2), 19–25.
<https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>

- 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.v2i2.38>
- Yustina, T., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Aplikasi TikTok. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(2).
- Yusuf, ramayani, Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>