

DAFTAR PUSTAKA

- Afif Muhammad, & Aswati Nadilatul. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harg,dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2).
- 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 Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ali, R. J., Gafar, M., Hubungan, Y. :, Marketing, K., & Yoedtadi, M. G. (2024). *Hubungan Konten Marketing Instagram Reels @Ocistok dengan Minat Beli Konsumen*. 3.
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., Meliana, V., Manajemen,), Teknologi, I., Kalbis, B., Pulomas, J., Kav, S., & 22, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. *STREAMING Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Giovani, R. R., Purwanto, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11.
- Gracia Aprina Chita Rahayu, & Siti Aminah. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Brand awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Freshchubs di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2841>
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. (2023). Strategi Influencer Marketing pada Rahsa Nusantara dalam Meningkatkan Brand awareness. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 725. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.869>
- Harahap, Y. K. (2019). Pengaruh Rational Marketing, Content Marketing dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka pada Mahasiswa S-1 Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara
- Hasan, G., & Chang, J. (2024). Pengaruh Social Media, Content Marketing, Digital Marketing, Brand awareness, Customers Satisfaction terhadap Purchase Intention

- di Dalam Bisnis Minuman Kekinian yang di Mediasi oleh Trust di Kota Batam. In *Jurnal Bisnis & Akuntansi* (Vol. 14, Issue 1).
- Hutabarat, N. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Prosuk Body Lotion Scarlett di Kota Medan*. <https://compas.co.id/article/body-lotion-scarlett/>
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing melalui Electronic Word of Mouth pada Platform Tiktok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 11–18. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.435>
- Istiqomah, N. K., & Nurhidayati, M. (2022). *Kepuasan Konsumen pada Rumah Loundry di Desa Biting Badegan Ponorogo*. 2(1).
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. Hal 33
- Laksono Tri Novi, Purwanto Hari, & Apriyanti. (2024). 6635-16441-1-SM. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akutansi*, 6.
- Mela Ardelia, D., & Maolana Hidayat, A. (2023). *Jurnal Mirai Management Pengaruh Harga dan Brand awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone di Indonesia*. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 252–263.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Pawestri, S., Ananda Nurhaliza, B., Seftiyani, D., Ami Osalan, L., Ayuliani, N., Nasyuro, R., Lorian Rubay, S., Aminah, S., Pembuatan Sabun Dari Minyak Jelantah Pada Kader PKK Di Desa Bengkaung Jurnal Pengabdian, P., Author, C., & Studi Ilmu dan Teknologi, P. (2024). *under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license. Pelatihan Strategi Content Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Montong Gamang, Lombok Barat*. 7(4). <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v7i4.9923>
- Phillbert, T. (n.d.). *Pengaruh Pemasaran Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Dominique's dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi*.
- Puspitasari Putri, D., & Wulandari Astri. (2023). Perancangan Konten Marketing Dalam Meningkatkan Brand awareness Melalui Media Tiktok Pada Umkm Kampoeng Radjoet Tahun 2023. *E- Proceeding of Applied Science*, 9(6).

- Santika Leny. (2022). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK SCARLETT WHITENING DI KALANGAN MILENIAL DI KOTA TANJUNGPINANG SKRIPSI* Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.
- Solekha Amalia, Sari Komala Dewi, & Pebrianggara Alshaf. (2025). Pengaruh Content Marketing, Celebriy Endorser, dan Brand awareness terhadap Keputusan Pembeliann Produk Focallure di Sidoarjo. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1.
- Sonata, Ilham. 2019. Pengaruh Price Discount & In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., Darmawan, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Banjarmasin, P. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).
- Viki Ahmad Badri, & Miftahul Huda. (2024). Pengaruh Artificial Intelligence Marketing dan Content Marketing Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Economic Reviews Journal*, 3(4). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.497>
- William Sino, H., & Finatry Latiep, I. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Kuliner. In *Jurnal Ekonomi Holistik (ECOHOLIC)* (Vol. 1, Issue 1).