

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsin, S. (2022). *Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Konten Pemasaraan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Instagram di Kelurahan Tanjung Selamat Medan. Undergraduated thesis*, Universitas Medan Area
- Amruddin., *et al.*, (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka
- Andriyanti, E. (2023). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Sidoarjo)*. Undergraduated thesis UPN Veteran Jawa Timur
- Appriiliansyah, M. (2024). *Pemgaruh Kualitas Konten Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Cherry Motor Indonesia*. Jurnal Sekertariat dan Administrasi, 22(2)
- Aryanti, A. & Farida, S. (2022). *Pengaruh Promosi dan Konformita Melalui Kepercayaan Pelanggan terhadap Perilku Impuse Buying (Studi Pada Generasi Z Pengguna Platform Online Food Delivery Gofood di Surabaya)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang, 11(2)
- Avianti, W. *et al.*, (2023). *Metode Penelitian Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT*. Mifandi Mandiri Digital
- Batik Puspita Official. (2024). *Profil dan Sejarah Batik Puspita Pacitan* [Video]. YouTube.
- Christy, J. & Muniroh. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision melalui Purchase Intention pada Produk Karpet*. Jurnal Cendekia Ilmiah, 5(1), 3618-1633
- Daruhadi, G. & Sopiati, P. (2024). *Pengumpulan Data Penelitian*. Jurnal Cendekia Ilmiah, 3(5)
- Damayanti, B. (2022). *Pengaruh Customers Experience dan Customers Satisfaction terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin (Studi Pada Followers Akun Autobase @ohmybeautybank)*. Undergraduated thesis UPN Veteran Jawa Timur
- Detik Jatim. (2018). *Batik Pace Simbol Kultur dan Sejarah Pacitan*. Diakses dari <https://news.detik.com>

- Ditania, D. & Susilowati. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention pada Pengguna Instagram Cetta English*. *Journal of Economic and Business Education*, 3(2), 513-533
- Erislan. (2025). *The Influence of Content Frequency and Content Quality on Purchase Decision through Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(4), 3313-3325
- Fatimah, R. (2023). *Pengaruh Content Marketing Instagram dan Brand Awareness terhadap Minat Beli di PS. Store Medan*. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humniora*, 7(1), 296-304
- Fitria, D. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Inovasi, Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)*. *Undergraduated thesis UPN Veteran Jawa Timur*
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haidar, N. & Martadi. (2021). *Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv dalam Membentuk Customer Engagement*. *Jurnal Batik*, 2(2) 121-134)
- Hardiana, C. & Kharisma, D. (2025). *Pengaruh Pemasaran Konten (Content Marketing) dan (Content Engagement) terhadap Minat Beli Menantea Pada Instagram Official Menantea di Jakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 86-106)
- Halopacitan. (2023). *Berdiri Sejak 1983, Batik Puspita Berthan Dengan Inovasi Dan Kreasi*.
- Hidayat, Y. & Yoestini.(2023). *Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Erigo (Studi Pada Generasi Z Kota Semarang*. *Diponegoro Journal of Management*, 12(3)
- Irwanda, A., et al. (2024). *Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning*. *Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 391-399
- Lilembalemba, I. & Phiri, J. (2024). *Effects of Social Media Marketing on Brand Awareness Based on the Stimulus Organism Response Model in Developing Countries*. *Open Journal of Business and Management*, 12, 615-633
- Maslikhatin, A. (2022). *Keadaan Angkatan Kerja Kabupaten Pacitan*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pacitan

- Indartini, M. & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi dan regresi Linier Berganda*. Lakeisha
- Pangesti, P. & Mustaqim. (2025). *Pengaruh Content Marketing dan Brand Awareness dalam Meningkatkan Minat Beli Para Pengguna Aplikasi TikTok (Studi Kasus Minat Beli Pengguna Aplikasi di Daerah Cikarang*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 3(2), 32-41
- Permata. (2026). *Data Pengguna Instagram 2025 Berdasarkan Generasi, Millenial atau Gen Z yang Paling Dominan*. KOL.ID
- Pratiwi, A. (2018). *Kajian Batik Tulis Tengah Sawah Pacitan*. Diakses dari <https://media.neliti.com>
- Pratiwi, G. (2023). *Pengaruh Copywriting dan Brand Awareness terhadap Consumer Interest Pada Produk Menantea*. Undergraduated thesis, UPN Veteran Jawa Timur
- Pratiwi, V., Nugroho, R., Prabowo, B., & Kusumasari, I. R. (2025). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Brand Awareness on Purchase Intention: A Study on Generation Z Users by.U Provider in Surabaya*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE), 8(3), 11380-11390.
- Purwaningsih, F., et al. (2025). *Analisis Content Media Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Followers Instagram @Sukabumifoodies)*. Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 9(2), 154-163
- Putri, O. & Asnusa, S. (2025). *Peran Kualitas Konten dalam Strategi Content Marketing untuk Meraih Engagement di Instagram dan TikTok Honda Pramuka*. Journal of Social Science Research, 5(1), 5430-5441
- Ramadanu, A. (2024). *Pengaruh Visual Content dan Copywriting terhadap Fashion Purchase Intention Pada Pengguna Instagram di Kecamatan Perbaungan*. Undergraduated thesis, Universitas Medan Utara
- Rahmawati, D. (2015). *Perkembangan Batik Lorok di Pacitan*. E-Journal UNESA
- Rozi, R.(2023). *Kajian Uses and Gratification Pengguna Media Sosial untuk Mendukung Performa Penjualan melalui Opini Pra-Konsumsi*. Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Film, Televisi, dan Media Kontemporer 6(2) 64-79

- Santana, S., et al. (2024). *Evaluasi dan Rekomendasi Konten Instagram Sebagai Alat Pemasaran UMKM Kripjungan*. Jurnal Transformasi Bisnis Digital 1(5), 67-79
- Sanaky, M., et al. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asmara Man 1 Tulehu Maluku Tengah*. Jurnal Simetrik, 11(1), 432-439
- Sari, A., & Patrikha, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Konten, Jumlah Pengikut, dan rating Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga 12(2), 283-291
- Sayekti, L. (2025). *Study Fenomologi : Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Efek Tren Media Promosi Shopee Affiliate*. Jurnal Ilmiah M-Progress, 15(1), 64-76
- Seputro, K. (2024). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli di Sate Ratu*. Undergraduated thesis, Universitas Islam Indonesia
- Setiawati, S. & Sirait T. (2024). *Influence of Social Media Marketing Instagram and Brand Awareness on Purchase Decisions of PT. Mepro Products*. Journal of World Science, 3(7), 860-874
- Shabira, N.K & Sumainah. F. (2025). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Mojokerto*. Undergraduated thesis, UPN Veteran Jawa Timur
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung
- Sukur. I. & Haryadi, H. (2025). *Peran Kualitas Visual Konten dan Engagement Pengguna Terhadap Brand Awareness pada Instagram @minyakkarolaucih*. Economics and Digital Business Review 6(2), 1265-1279 <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/2728>
- Sulaiman, F. (2025). *Analisis Strategi Content Marketing Media Sosial Instagram Untuk Membangun Brand Awareness di @Campaign.id*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan, 6(4), 1-11
- Sulung, U. & Muspawi, M. (2024). *Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier*. Jurnal Edu Research 5(3), 110-116

- Taolin, A., et al. (2025). *Pengaruh Content Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Produk Eiger di Kota Kupang*. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial 6(4), 1363-1371
- TIMES Indonesia. (2021). *Inovasi kunci Batik Puspita Pacitan Bertahan Puluhan Tahun*.
- Vareza, D., et al. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Konten, dan Interaksi Pengguna terhadap Minat Beli Konsumen Skincare TikTokShop*. Simposium Manajemen dan Bisnis, 4, 1190-1197.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in the Digital Era Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0- Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara
- Widodo, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Konten, Motif Hedonisme, dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap Intensi Pembelian Produk Oleh Generasi Z Pada Sociolla*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya
- Widodo, S., et al. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Science Techno Direct