

DAFTAR PUSTAKA

- Afryla, D. (2025). Pengaruh Price Discount dan Usability serta Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Kopi Kenangan. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 2265-2277.
- Anwar, S., & Mujito. (2021). *kelola*,+20+-+JIMKES+2021+Vol+9+No+1+Syaiful. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 189–202.
- Arisandi, B. (2022). *Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa Bobi*. 1(3), 171–182.
- Bilqis, N. M., & Muhammad. (2025). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurrya*, 10(2), 190–203. <https://doi.org/10.35968/jbau>
- Damayanti, S. A., & Barokah, A. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Jegolan untuk Meningkatkan Minat Belajar IPA Siswa Kelas V SDN Cijengkol 02. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 09(4), 675–684.
- Dewi, N. K. (2021). *Kurva Uji t dan Uji F*. Nawadewi.Blogspot.Com. <https://nawadewi.blogspot.com/2021/05/file-kurva-uji-t-dan-uji-f.html>
- Fard, A. M. F., & Vania, A. (2025). Strategi Content Marketing Instagram Dan Tantangannya Dalam Mempertahankan Customer Engagement. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 4751–4768. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1975>
- Febriarti, G. (2021). Eksplorasi teknologi digital dalam pengembangan media pembelajaran SBdP berbasis kearifan lokal seni tari guna meningkatkan kreativitas siswa di SDN Ngabean Ponjong. *Jurnal PGSD Indonesia*, 7(2), 1–16.
- Feronika, K., Anderson, K., & Hnly, S. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Minahasa. *Jurnla Berkah Efisiensi Ilmiah*, 24(April), 14–25.
- Firdausi, F. F. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Dengan Content Creation Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengikut Cut Rizki). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 23(1), 1–35.

- Gea, S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Obat Di Apotik (Studi Kasus Di “Apotik Shalom”). Kota Gunungsitoli Analysis of Factors Affecting Consumer Behavior in Buying Drugs At Pharmacies (Case Study in “Shalom Pharmacy”). Gunungsitoli Ci. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 342–349.
- Gusvita, R. (2025). *Tren Tumbler sebagai Simbol Status dan Ironi Kepedulian Lingkungan*. Itera.Ac.Id. [https://www.itera.ac.id/tren-tumbler-sebagai-simbol-status-dan-ironi-kepedulian-lingkungan/#:~:text=Di tengah gelombang kesadaran global akan krisis iklim dan isu lingkungan%2C tumbler](https://www.itera.ac.id/tren-tumbler-sebagai-simbol-status-dan-ironi-kepedulian-lingkungan/#:~:text=Di%20tengah%20gelombang%20kesadaran%20global%20akan%20krisis%20iklim%20dan%20isu%20lingkungan%20tumbler)
- Hazizah, R. N. (2024). Strategi Digital Marketing Dan Dampaknya: Mengupas Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Ulasan Pelanggan Pada Keputusan Pembelian. *Jimbien : Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 3(2), 72–81. <https://doi.org/10.36563/jimbien.v3i2.1360>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). Analisis Data Kuantitatif. In *Penerbit Lakeisha* (Vol. 3, Issue 3). <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina, Volume 2*,.
- Kamilah, N. L., & Abadiyah, R. (2023). The Influence of Content Marketing , Influencer Marketing , and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Tiktoshop Consumer Purchase Decisions [Pengaruh Content Marketing , Influencer Marketing , dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pe. *The Influence of Content Marketing, Influencer Marketing, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Tiktoshop Consumer Purchase Decisions*, 15.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kosasih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Karunia Prima Sejati di Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 630–636.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (Global Edi). Pearson Education.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol4.iss1.art2>
- Kurniawan, H. (2026). *Persaingan Tumbler Makin Ketat, Begini Strategi Pemain Lokal*. Investor.Id. <https://investor.id/business/425155/persaingan-tumbler-makin-ketat-begini-strategi-pemain-lokal>
- Lestari, P. D., Gultom, H. C., & Nastiti, P. R. (2025). Analisis Pengaruh Content Marketing, Live Marketplace dan Diskon Harga untuk Melakukan Keputusan Pembelian Skintific di Shopee terhadap Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(3), 656–673.
- Madania, S. P., Purba, P. E., & Swasti, I. K. (2023). *Digital marketing sebagai strategi pemasaran umkm di desa pakel, kecamatan bareng, jombang*. 3(1), 374–378.
- Majid, A., & Nur Faizah, E. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Bhs Melalui Aplikasi Tiktok. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 105–116. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.131>
- Mardiani, Saleh, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor pada Perawat dalam Penjagaan Safety. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Maryati, & Erveni. (2020). Pengaruh *Price Discount* dan *in-Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34–43.
- Muhammad Fikri Setiawan, & Muamar. (2025). Strategi Digital Marketing melalui Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5952–5957. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2593>
- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh online consumer review dan price discount terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14–19.
- Nasikhudin, M., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh Pembayaran SPaylater dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada pengguna Shopee di Surabaya. *Sosialita*, 2(2), 378–387.

- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Campuran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik). *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Paul K P, J., Suratno, E., Kadar, M., Naibaho, R., Kumara Hati, S., & Aryati, V. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan, Jumanage*, 1(2), 94–102. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Pembelian, K., Media, P. G. G., & Di, T. (2026). *Pengaruh content marketing & brand engagement terhadap keputusan pembelian produk g2g media tiktok di gorontalo*. 8(3), 300–310.
- Pratiwi, D., & Sumawidjaja, R. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Foundation Viva Cosmetics di Shopee). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(4), 2873–2881. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i4.4605>
- Purnama, I., & Araffah, M. R. (2020). Hubungan Motivasi Kerja Dengan Produktivitas Pegawai Pada Kantor Setda Kabupaten Bima. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 149–156. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.747>
- Radasahila, S., Made, N., Pratiwi, I., Maduwinarti, A., Ilmu, F., & Dan, S. (2025). Pengaruh Content Marketing, Price Discount, dan Online Customer Review Terhadap Impulse Buying Parfum “Saff & Co” Melalui Tiktok di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(4), 173–184. <https://journal.aripafi.or.id/index.php/jmpai>
- Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen dan Teknologi terhadap Keputusan Pembelian. *Dinasti Information and Technology*, 2(4), 145–155. <https://doi.org/10.38035/dit.v2i4.1793>

- Ramayanti, P. N., Gea, I. K., & Saefullah, A. (2024). Pengaruh Perencanaan Dan Pengendalian Program Kerja Terhadap Kinerja Staf Perencanaan Perhubungan Kostrad. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 2123–2136. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1296>
- Rizal, R., Shandy, V. R., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 3(2), 58–67.
- Rizqiyah, A. (2025). *Dulu Tupperware, Kini Tumbler: Evolusi Gaya Hidup Ramah Lingkungan Gen Z dan Identitas Sosial*. Goodnewsfromindonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/11/27/dulu-tupperware-kini-tumbler-evolusi-gaya-hidup-ramah-lingkungan-gen-z>
- Rohanda, A. S., & Sindrawati. (2026). *Pengaruh Content Marketing dan Diskon di Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian*. 2(1), 433–444. <https://doi.org/https://doi.org/10.62567/jpi.v2i1.1887>
- Salim, A., Yunita, I. I. S., & Deccasari, dwi D. (2024). *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*. 6(3), 216–228.
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). *Http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB ISSN : 2723-0937*. 6, 1280–1291.
- Setyorini, C. P. (2025). *7 Rekomendasi tumbler Rosca terbaik, tahan lama, dan gampang dibersihkan, harga di bawah Rp300.000*. Briliofood.Net. <https://www.briliofood.net/foodpedia/7-rekomendasi-tumbler-rosca-terbaik-tahan-lama-dan-gampang-dibersihkan-harga-di-bawah-rp300000-251008m.html>
- Soekirno, S., & Dewabrata, W. (2024). *Rezeki Segar dari Tumbler*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/rezeki-seger-dari-tumbler>
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). Aspek Pemasaran. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2427–2437. <https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Suyitno, Rudi Wibowo, I. (2024). Visual merchandising. *Jurnal Manajemen*, 18(2), 253–261.
- Waliq, I., Hidayat, R. S., & Wibowo, F. L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Baihaqi Clothing Muslim Tanah Abang di Jakarta Pusat). *Jimat*, 1(3), 27–35.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.

- Wirianson, K., Djali, I., Ranita, S. V., & Arif, A. (2021). Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen. *Kualitas Produk Furniture Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Angkasa Perabot Home Furniture)*, 12(2), 19–25. Regresi, korelasi, visual basic%0APendahuluan
- 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>
- Yusriman, Fadlillah, & Syafril. (2025). Jurnal dinamika sosial dan sains. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 1(4), 358–366.
- Zulkifli, A., Gusniati, J., Septi Zulefni, M., Aldania Afendi, R., Asni, W., & Fitriani, Y. (2025). Tutorial uji normalitas dan uji homogenitas dengan menggunakan aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 3093–8113. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Zuniyanto, E. R. N., & Kusumasari, I. R. (2026). No Title. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, Vol. 9 No., 172–183.