

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, D. A. N., Gusma, D., & Istikomah, K. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK , GAYA HIDUP , DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pengguna Layanan Berlangganan Netflix di Jakarta Selatan)*. 1(5), 61–68.
- Alfarol, B. (2023). Al – kalam issn 2355-3197. *Al-Kalam*, 10(1), 75–90.
- Anggraini, D. M. (2024). Hubungan Kinerja Guru Dengan Motivasi Belajar Siswa Tunagrahita Di Slbn Pembina Tingkat Nasional Bagian C Malang. *Jurnal Pendidikan Khusus*, 9(3).
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). 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), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Chandradewi, P., & Saefudin, N. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Widyatama). In *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* (Vol. 5, Issue 6, pp. 888–900).
- Dharmmesta, B. S. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Elsa, & Alamsyah, D. P. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Pandangan Kualitas Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada McDonald's Bandung. *Ecodemica*, 1(1), 75–84. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/144>
- Fernandes, E., Samuel, H., & Adiwijaya, M. (2020). The Influence of Social Media Advertising on Purchase Intention Through Utilitarian and Hedonic Shopping Motivation: A Study at Beauty Care and Anti-Aging Clinic Service in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.23-36>
- Ghozali, I. (n.d.). *Desai Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. 2016.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Harahap, A. R., & Fionita, I. (2024). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Content Marketing , Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop* (Vol. 15, Issue 4, pp. 1–19).
- Jamilah, S., & Adji Kusuma, K. (2023). Pengaruh Content Marketing, Citra Merek dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Jurnal Arsip UMSIDA*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/10.21070/ups.3925>
- Kotler, & K. (2019). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*.
- Kuncoro, mudrajad. (n.d.). *Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. 2011.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at [http:// https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr](http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr). *Journal Of Social Research*,

1(7), 694–707.

- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>
- Putri, A. P., Meltareza, R., & Recky, R. (2024). Pengaruh Konten Video Influencer Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mop Beauty. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 17, Issue 2, pp. 1–12).
- Rafsanjani, M., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Uniqlo Di Instagram (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 2941–2952. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7383>
- Rahmawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Dengan Celebrity Endorser Sebagai Variabel Moderasi. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 7(12)(11), 61–70.
- Saputro, C. K. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Pengguna STIE Dharma Agung Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 6(2), 173–185. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v6i2.470>
- Saripudin, U. (2023). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN* (Cetakan Ke). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi 3, Cetakan Ke-3. 2021.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif : Konsep Dasar Metode Penelitian Kuantitatif. In *Brain academy* (Issue April 2016). <https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif>
- Susanti, D., Pratiwi, N. M. I., & Mulyati, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Content Marketing, Varian Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Di Platform Tiktok. In *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis* (Vol. 4, Issue 03, pp. 37–46). <https://doi.org/10.69957/grjb.v4i03.1688>
- Umi Nandhifatul Muna, & Mulyo Budi Setiawan. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee: Studi Empiris pada Konsumen E-Commerce Shopee Kabupaten Demak. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 5, Issue 11, pp. 4853–4865). <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i11.4474>
- 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>
- Yulianti Wardaningtri, & Reyhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Konten Marketing (Instagram), Citra Merek dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 169–180. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2661>

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>