

DAFTAR PUSTAKA

- August Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42–47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado the Effect of Brand Image and Electronic Word of Mouth on Interest To Buy Oriflame Consumers in Manado. *Riset Ekonomi*, 7(1), 131–140.
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute*, 1(iii), 83–104.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2082.
- Anggraini, A. A., & Hakimah, E. N. (2022). *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 MENDONGKRAK PEMASARAN MELALUI CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER (Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri)*. 572–583.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi.
- Barkah, B., Pebrianti, W., & Mutari, R. (2022). *The Influence of Content Marketing and CRM toward Brand Image and Brand Loyalty*. XV(2), 711–724. <https://doi.org/10.5220/0010528300002900>
- Biantoro, D. P., Darpito, S. H., Tugiyo, T., & ... (2022). Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli. ... *On Accounting and ...*, 169–180. <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/view/3121%0Ahttp://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/viewFile/3121/2096>
- Brand, D., Terhadap, I., Beli, M., Cv, P., Karya, L., Hardiyannah, T., Hidayati, R., & Nasution, A. H. (2023). *Pengaruh Content Marketing , Sales Promotion , Personal Selling*. 1(2), 75–92.
- Cece, I. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101–110. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/>

- Dwita, M. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. ... *Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 2, 64–79. <https://ejournal.insightpower.org/index.php/JAMED/article/view/166%0Ahttps://ejournal.insightpower.org/index.php/JAMED/article/download/166/131>
- Ella Novitasari, Nawangsih, SAB., M.M., DR. Tri Palupi Robustin, SE., M. M., & Program. (2022). *Pengaruh Packaging , Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang)*. *Ella Novitasari 1 , Nawangsih, SAB., M.M. 2 , DR. Tri Palupi Robustin, SE., M.M. 3*. 258–266.
- Faishol, & Achmad. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Distro Truelofty Di Lumajang. *Institutional Repository Stie Widya Gama Lumajang*, 8–9.
- Galloway, C. (2020). Integrated marketing communication. *Public Relations: Theory and Practice*, 4th Edition, 5(02), 186–208. <https://doi.org/10.4324/9781003116950-10>
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: Ilmu Manajemen, akuntansi dan bisnis*. Yoga Pratama.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Kingsnorth. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Limited.
- Kotler., Kertajaya., S. (2017). *Marketing 4.0 Moving From Traditional To Digital*. John Willey.
- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). *No*
- Lupiyoadi, R., Ikhsan, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Manajemen, J. (2022). *J-MAS*. 7(2), 1048–1056.
- Muzakki, M. H. N., & Putri, S. R. (2022). The Effect of Brand Image and Trust on Freshmen's Decision Making. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 13(1), 38–50.

- Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. *Progress Coference*, 2(July), 549–556.
- Nurayni, Vina, Nurhajati, & Wahono, B. (2022). Pengaruh Jasa Paid Promote Dan Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Bromel Nyoklat). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 33–44. www.fe.unisma.ac.id
- p-ISSN 2526-4440 e-ISSN 2086-3748*. (2020). 11(November), 258–270.
- Paradis, W. S., Hidayat, Z., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 171–266.
- Paramita, R, W, D., Rizal, N., S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Pasuruan, D. K., Azizah, I., & Huda, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner. 6(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6336>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Prodi, S., Masyarakat, H., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA Praditha Nurul Andini 1, Martha Tri Lestari S. Sos., MM 2 Abstrak A. Pendahuluan Saat ini masyarakat sebagai konsumen di era modern ini cenderung memiliki kebias.* 8(2), 2074–2082.
- Puilizzi. (2014). *Epic Content Marketing How To Tell A Different Story, Break Through The Clutter, And Win More Cusomers By Marketing Less*. Mc Graw-Hill.
- Rachmi Oktora Citra Rahayu, & Hendrati Dwi Mulyaningsih. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- Ratna Sari, Y., Harliyani, S., Sanjaya, V. F., Studi Manajemen Bisnis Syariah, P., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN*, 3(1), 2745–8547.
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N.,

- Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). Title. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Sanjaya., H. (2018). *Metode Penelitian*.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sari, D. ., Kasno, & Irdiana, S. (2020). Minat Beli Konsumen “Shopee” Ditinjau Dari Iklan dan Gaya Hidup Masyarakat. *Jobman*, 2(4), 230–235.
- Sudarsono. (2020). Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia. *Senorita*, 1(1), 286–299.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sukma P, F. R. (2021). PENGARUH GREEN MARKETING, INOVASI PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Mahasiswa Mahasiswi FE UST Konsumen KFC). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 27–34. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Tabelessy, W., Rizal Tamher, E., Sikdewa, L., Manajamen, J., Ekonomi, F., Universitas, B., & Ambon, P. (2022). *Minat Beli Konsumen Kedai Blue Shelter Dipengaruhi Oleh Content Marketing Dan Word of Mouth*. 9(1), 1–11. <https://ottencoffee.co.id/majalah/3-manfaat-nongkrong-di-kedai-kopi>
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 10(3), 220. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>