

## DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran - Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran (Pertama)*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Lumajang. 2(1), 38–44.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa (2nd ed.)*. YKPN.
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Andreas, R. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. Amazon.
- Arifa, N., Hatono, & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Aziz, R. A. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran : Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian (Herlambang Rachmadani (ed.))*. CV. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegro.
- \_\_\_\_\_. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Hartanto, L., Putra, G. P., Arinta, D. N., Enjarwati, A. O., Ramadhan, V. R., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Cahya 99 Di Desa Gonilan Kartasura. *Jurnal Maneksi*, 12(2), 339–345. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i2.1560>

- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hotimah, R., Robustin, T. P., & Ariyono, K. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sederhana Summersuko Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- 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>
- Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press*.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227–237. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Isnaini, A. P., Setyobakti, M. H., & Hidayat, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Semeru. *Jurnal Tinjauan Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 1443–1449.
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurrohman, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran. In *CV. Eurieka Media Aksara*.
- Kaligis, J. N., & Rawung, S. S. (2022). Jurnal Mirai Management Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan dalam Menggunakan Jasa Laundry Tas dan Sepatu, Studi pada Bless Laundry Manado. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 283–290. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2442>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran (Thirteenth)*. Erlangga.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa (Cetakan Pe)*. Alfabeta.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.

- Maghfiro, M., Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang*. 415–423.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2(4), 236–241.
- Mauludiyah, E. F., Nurhajati, & Wahono, B. (2019). Pengaruh Content Marketing, Harga, Dan Review Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 293–307. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1572>
- Muhyi, M., Hartono, Budiyono, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, A. Q., Astutik, E. P., & Fitriatien, S. R. (2018). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press, 1–82. [www.unipasby.ac.id](http://www.unipasby.ac.id)
- Mulyana, D. A., & Tresnati, R. (2016). *Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ( Survey Pelanggan Jasa Laundry Sepatu Mycleaningshoes . co )*. 1194–1198.
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(September 2021), 9–16.
- Nawangsih, Ifa, K., & Ariyono, K. Y. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Widya Gama Press.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative.
- Nurijayanti, A., Sukamdiani, M., & Perdana, D. N. C. (2023). *Pengaruh Review Produk, Content Marketing dan Persepsi Harga Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Camille Beauty By Nadya Shavira*. 2(1), 1–17.
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney + Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19*. 10(1), 124–138.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Azyan Mitra Media.

- Pradina, D. E., Nawangsih, & Abrori, I. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Aulia Fashion di Kecamatan Lumajang. ... : *Journal of Organization and ...*, 233–241. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/600%0Ahttps://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/download/600/472>
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Al, M., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurohim, & Islam, D. (2023). *Pemasaran ( Analisis Dan Strategi Di Era Digital )*. Eureka Media Aksara.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Priyono, V. F., & Waluyo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Clean Your Shoes. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–6. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24837>
- Rachma, S. A., & Mustikasari, A. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement ( Studi Kasus Pada Instagram CV Inspira Mulia Tahun The Effect Of Content Marketing On Customer Engagement ( Case Study On CV Inspira Mulia Instagram 2022 ). *ISSN: 2442-5826 e-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 499–509.
- Ramadhan, B., & Lailla, N. (2024). *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee ( Studi Pada Produk Fashion Erigo )*. 1(2), 99–114.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Andi.
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Uki Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 6.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Ke-19). Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*

- (*Mixed Methods*) (Edisi 2). Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Umsida Press.
- Sumarwan. (2014). *Definisi Perilaku Konsumen* (Edisi Kedu). Ghaila Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, Alat Statistik, dan Contoh Riset*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supriatna, A., Nuraidah, & Anugrah, T. G. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember, 8(24)*, 78–85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594>
- Syahputri, Z. A., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1)*, 160–166.
- Tiyasherlinda, G., Achsa, A., & Sijabat, P. S. (2022). Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang. *Jurnal Sinar Manajemen, 9(2)*, 306–314. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2511>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi 1). Andi.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- \_\_\_\_\_. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (A. Diana (ed.); Edisi 2). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (A. Diana (ed.)). Andi.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan*. UPP STIM YKPN.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran\_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Yusuf, R., Hendrayati, 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>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Forum Pemuda Aswaja.