

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, Fadillah, James D. D. Massie dan Yunita Mandagie, 2022. Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEB UNSRAT di E-Commerce Sociolla, *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 3: 225-236.
- Agus, Mikha Widiyanto. 2016. *Statistika Terapan, Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Aji, Nur Ramadhan Sukmo dan Nobelson, 2024. Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suasana Kopi, *Jurnal: Ikraith-Ekonomika*, Vol. 7, No. 2: 38-50.
- Alkharabsheh, Omar Hamdan Mohammad dan Bryan Ho Zhen, 2021. The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process, *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, Vol. 1, No. 1: 1823-1834.
- Anam, Muhammad Syariful, dkk, 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga), *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1: 120-136.
- Anwar, Resa Nurlaela dan Diah Ratna Amelia, 2023. The Influence of Celebrity Endorser and Electronic Word of Mounth on Purchase Decision with Brand Image as an Intervening Variable on MS Glow Products, *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 6: 2553-2565.
- Arikunto, S. 2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deligöz, Kadir. 2023. *Virtual Communities and Lifestyles*. British: British Library.
- Dewi, Ni Putu Aprilia, Faizatul Fajariah dan I Made Suardana, 2023. Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee, *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 4: 178-190.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitrianna, Hafizh dan Derista Aurinawati, 2020. Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta, *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 03, No. 03: 409-418.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Isra Ul, Anthonius J. Karsudjono dan Ryan Darmawan, 2021. Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial, *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1: 32-40.
- Imara, Alya Devy Khalidiya Cintya dan Rizky Kurniawan Murtiyanto, 2024. Pengaruh *Content Marketing* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*, *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 10, No. 1: 94-99
- Juliyanto, Aditya Rizki, 2023. Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Realme di Kota Surabaya), *Jurnal Bisnis*, Vol. 03, No. 01: 11-24.
- Khalishan, Fathan Rafi dan Nurul Hermina, 2023. Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung), *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 6, No. 4: 2252-2258.
- Kotler, Philip. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Latif, Ludi Luzuardi dan Imanuddin Hasbi, 2021. Pengaruh Customer Experience dan Brand Image Terhadap Purchase Decision di Lazada, *e-Proceeding of Management*, Vol. 8, No. 1: 209-241.
- Maharani, Sukma Dewi, Istiatin dan Istiqomah, 2022. Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Customer Experience, Customer Value, dan Brand Image, *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 19, No. 3: 598-602.
- Mani, La, Nurul Savitri Ganisasmara dan Zulfiah Larisu, 2022. Virtual Community, Customer Experience, and Brand Ambassador: Purchasing Decision on Youtube, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, Vol. 100, No. 9: 2746-2755.
- Meliantari, Dian. 2023. *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)*. Bogor Timur: CV. Eureka Media Aksara.

- Muhammad, Rafki dan Rouli Manalu, 2022. Analisis Pemanfaatan Virtual Community Sebagai Media Komunikasi Kelompok Melalui Sosial Media, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Mukarromah, Ustadriatul, Mirtan Sasmita dan 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*, Vol. 2, No. 1: 73 – 84.
- Nasta'in, A. F., Abdul Samad dan Sujatmiko, 2024. Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap MinatBeli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id, *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, Vol. 7, No. 1: 38-52.
- Nurdin, I. dan S. Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhaliza, W. O. S., dan Nurul Fauziah, 2020. Komunikasi Kelompok Dalam Virtual Community, *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 10, No. 01: 18-38.
- Nasution, A. P. A., Ahmad A. D., dan Laylan Syafina, 2023. Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Advocacy Dengan Variabel Brand Trust dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiktok di Mahasiswa UINSU, *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2: 203 – 221.
- Oktavia, Yusnia dan Tri Sudarwanto, 2023. Dampak Brand Image Dan Brand Awareness Bagi Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 11, No. 3: 240-252.
- Oscardo, Jason, Astri Ayu Purwati dan Muhammad Luthfi Hamzah, 2021. Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru, *Invest: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1: 64-75.
- Pasaribu, Aisyah Fitri, Tri Inda Fadhila Rahma dan Budi Dharma, 2023. Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, Vol. 10, No. 2: 81-93.
- Prayugo, Dede Widian, 2021. Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 1: 143–157.

- Priyatno, Duwi. 2015. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmadina, Andini Desti Nur dan Oktaviana Purnamasari, 2023. Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Survei Pada Komunitas Virtual @Ohmybeautybank Di Twitter), *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, Vol. 1, No. 4: 13-23.
- Rahmawati, Penny, 2022. Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breattalk Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 12, No. 1: 89-98.
- Ramadhani, Ahmad Alfin dan Nur Rokhmad Nuzil, 2023. Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Sepeda Motor Matic Yamaha N-Max di Pasuruan), *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 3, No. 4: 4418-4428.
- Riliantika, Ni Luh Putu Anggi, Ni Putu Nita Anggraini dan I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, 2023. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Bali, *Jurnal Emas*, Vol. 4, No. 6: 1581-1594.
- Sari, Dewi Komala, Alshaf Pebrianggara dan Mas Oetarjo, 2021. *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS
- Satiawan, Andi Adil, Rahmad Solling Hamid dan Edi Maszudi, 2023. Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen di Tiktok, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 09, No 01: 01–14.
- Silaen, S. 2018. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: Penerbit In Media.
- Siregar, S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siyoto, S. dan A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sujarweni, W. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriatna, Agus, Nuraidah dan Tri Gustian Anugrah, 2022. Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 8, No. 24: 78-85.

- Wardani, Puteri Eka dan Albert Kriestian Novi Adhi Nugraha, 2022. The Influence of Brand Ambassador, Country of Origin, and Brand Image on Purchase Decisions of Skincare Products, *Asian Journal of Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 3: 88-98.
- Wibowo, Alfi Fajria, Jeni Wulandari dan Prasetya Nugeraha, 2021. Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Etnik Fashion, *Jurnal Perspektif Bisnis*, Vol. 4, No. 1: 38-50.
- Xu, Xiaoyu dan Zhineng Hu, 2022. *Effect of Introducing virtual community and Community Group Buying on Customer's Perceived Value and Loyalty Behavior: A Convenience Storebased Perspective*, *Frontiers in Psychology*, Vol. 1, No. 1: 1-22.