

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Atika, Riska Nur, Kadori Haidar dan Sutrisno, 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*, Vol. 5, No. 1: 31-43.
- Bakhtiar, M. Rifki dan Puji Setya Sunarka, 2023. Efek Mediasi Minat Beli Pada Keputusan Pembelian Make-Up, *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 21, No. 2: 192-209.
- Chasanah, Hilda Faradita dan Saino, 2022. The Effect Digital Content Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions Through Buying Interest as Intervening Variable, *Jurnal Mantik*, Vol. 6, No. 1: 551-559.
- Darmawan. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deligoz, Kadir. 2023. *Virtual Communities and Lifestyles*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Ellis, David, Rachel Oldridge, Ana Vasconcelos, 2017. Community and Virtual Community, *Article in Annual Review of Information Science and Technology*.
- Erislan. 2024. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.
- Erwin, dkk. 2024. *Pemasaran Digital (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fauziah, Dinda, dkk, 2024. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya), *Jurnal Siber Multi Disiplin*, Vol. 1, No. 4: 159-172.
- Ferdinand, Augusty. 2020. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Hendra, Sonny Hersona dan Dede Jajang Suyaman, 2024. The Effect of Influencer Marketing, Content Marketing, And Price Perceptions on Consumer Purchase Intention (An Investigation of Luxcrime Cosmetic

- Consumers in Karawang), *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8, No. 2: 189 – 188.
- Hidayanti, Popy, Eka Farida dan Ita Athia, 2024. Pengaruh Brand Image, Influencer, Dan Content Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Tiga Fakultas Besar Universitas Islam Malang), *e – Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12. No. 2: 864-872.
- 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.
- Husein, Umar. 2017. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Karr, Douglas. 2016. *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- 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.
- Muhadjir, Noeng. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- 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.
- Musnaini, Suherman dan Hadion Wijoyo. 2020. *Digital Marketing*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasta'in, Andi Firdi, Abdul Samad dan Sujatmiko, 2023. Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id, *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, Vol. 7, No. 1: 38-52.

- Nurhaliza, Wa Ode Sitti dan Nurul Fauziah, 2020. Komunikasi Kelompok Dalam Virtual Community, *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 10, No. 1: 18-38.
- 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. 2, No. 2: 81-93.
- Pratama, Rahadian Aji, Retno Isni Hasanah dan Anggalia Wibasuri, 2023. The Influence of Virtual Try-On on Cosmetic Purchasing Decisions in the Shopee Application with Intervening Variable Purchase Interest, *Proceeding International Conference on Information Technology and Business*, 76-80.
- 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.
- Pujinata, Helena Keshya Riconga dan Tommy Christian Efrata, 2023. Pengaruh E-Wom, Content Marketing, dan Consumer Innovativeness Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* di Indonesia, *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 8, No. 6: 656-672.
- Rahmadani, dkk, 2024. Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo), *Jurnal Darma Agung*, Vol. 32, No. 3: 77-91.
- 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.
- Rauf, Abdul, dkk. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Shukmalla, Delia, Citra Savitri dan Wike Pertiwi, 2023. Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang), *Jurnal Mirai Management*, Vol. 8, No. 3: 326-341.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2016. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Tari, Putri Sukma dan Hartini, 2021. Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada “Your Boba” di Kecamatan Empang), *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1: 1-10.
- Wahyuni, Sri dan Saifudin, 2023. Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga), *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, Vol. 3, No. 1: 133-155.
- Waluyo, Millenia Pratama Putri dan Endang Siswati, 2024. The Influence of Content Marketing, Influencers and Online Customer Reviews on Azarine Product Purchasing Decisions, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 9, No. 1: 26-36.
- Wijaya, Graciela Putri dan Henilia Yulita, 2022. Pengaruh Konten Marketing, E-Wom, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl, *Jurnal of Business & Applied Management*, Vol. 15, No. 2: 133-142.
- 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.
- _____. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.