

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim. dan Sangen, M. 2018. *Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin*. Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK), 3(1), 42–47. Diakses tanggal 23-02-24
- Adelia, R. dan Cahya, B. S. 2023. *Pengaruh Content Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang di Kota Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11(3), 325-333. Diakses tanggal 01-07-2024
- Agustin, C. A. dan Hellianto, G. R. 2020. *Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Shopee*. Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal, 2(1), 39–52. Diakses tanggal 23-03-2024
- Ainiyyah, I. dan Rejeki, A. 2022. *Pengaruh Brand Image dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo*. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4(5). Diakses tanggal 21-03-2024
- Alkharabsheh, O. H. M. dan Ho Zhen, B. 2021. *The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process*. Combines-Conference on January 2021, 1823–1834. Diakses tanggal 18-02-2024
- Amalia, C. D. 2020. *Pengaruh content Marketing di Instagram Stories Terhadap Minat Beli*. Jom Fisip, 7, 1–11. Diakses tanggal 21-02-2024
- Aprilyanti, S. 2017. *Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang)*. Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri, 1(2), 68. Diakses tanggal 18-03-2024
- Arianty, N. dan Andira, A. 2021. *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 39-50. Diakses tanggal 01-03-2024
- Arieska, P. K. dan Herdiani, N. 2018. *Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif*. Jurnal Statistika, 6(2), 166–171. Diakses tanggal 24-03-2024
- Dispar, K. A. dan Anggarawari, S. 2024. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Trust Terhadap Minat Beli : Sepatu SPECS*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah 7(1), 943–958. Diakses tanggal 24-02-24
- Hardiyannah, T. et. al. 2023. *Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada CV Laditri Karya*. Journal of Accounting, Management, and Economics Research (JAMER), 1(2), 75–92. Diakses tanggal 13-02-2024
- Hendarsono, G. dan Sugiharto, S. 2013. *Analisa Pengaruh Wxperimental Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(2), 1-8. Diakses tanggal 12-07-2024

- Indartono, S. 2016. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Indrawan, B. dan Kaniawati, D. R. 2020. *Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis), 4(1), 78–87. Diakses tanggal 24-03-2024
- Intan, K. 2019. *Pasar Produk Perawatan Kulit punya Potensi Kembang*. Tersedia: <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>. [02 Februari 2024]
- Irawan, D. I. 2023. *Produk Skincare Skintific Berasal dari mana? Berikut Penjelasannya*. Tersedia: <https://jogja.tribunnews.com/2023/10/11/produk-skincare-skintific-berasal-dari-mana-berikut-penjelasan>. [03 Februari 2024]
- Irene, L. 2019. *Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Attitude dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara Pada Pengguna Roko Wismilak di Surabaya*. Jurnal Garuda Rujukan Digital, 53, 1689-1699. Diakses tanggal 20-07-2024
- Jungang, W. 2023. *The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest*. Siber International Journal of Digital Business (SIJDB), 1(1), 25–33. Diakses tanggal 24-02-2024
- Komalasari, D. et. al. 2021. *Buku Ajar Digital Marketing*. In Buku Ajar Digital Marketing. Sidoarjo : UMSIDA Press Redaksi
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*: Pearson Education, Inc.
- Kristanto, H. 2015. *Keadilan Organisasional, Komitmen Organisasional, dan Kinerja Karyawan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 17(1), 86-98. Diakses tanggal 18-03-2024
- Laela, T. 2015. *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Merek Produk terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya*. Jurnal Ilmu Manajemen, 4(93), 131–134. Diakses tanggal 21-03-2024
- Limandono, J. A. dan Dharmayanti, D. 2018. *Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City*. Jurnal Strategi Pemasaran, 5(1), 11. Diakses tanggal 18-02-2024
- Malinda, R. 2018. *Strategi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone Oppo*. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, 16(2), 74-81. Diakses tanggal 20-07-2024
- Meilani, W. dan Rosa, A. 2023. *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Cabang Plaju*. Al-

- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(2), 2518–2528.  
Diakses tanggal 21-02-2024
- Milhinhos, Patricia R. V. 2015. *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content*. 1-75. Diakses tanggal 21-02-2024
- Muizu, W. O. Z. dan Sule, E. T. 2017. *Manajer dan Perangkat Manajemen Baru*. Pekbis Jurnal, 9(2), 151–160. Diakses tanggal 29-01-2024
- Pandiangan, K. et. al. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(4), 471–484. Diakses tanggal 21-03-2024
- Pandrianto, N. dan Sukendro, G. 2018. *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. Jurnal Komunikasi, 10(2), 167-176. Diakses tanggal 20-07-2024
- Paramita, R. Rizal, N., dan Sulistyan, R. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang : Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)
- Peronika, N. et.al. 2020. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam*. Jurnal Ekonomika, 10(1), 83-93. Diakses tanggal 21-02-2024
- Plessis, D. C. 2022. *A Scoping Review of the Effect of Content Marketing on Online Consumer Behavior*. Sage Open. 1-17. Diakses tanggal 13-02-2024
- Pratama, R. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Deepublish
- Pratama, Y. et. al. 2023. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*. In Paper Knowledge Toward a Media History of Documents, 135(4), 118-122. Diakses tanggal 4-02-2024
- Rahayu, C. O. R. dan Mulyaningsih. D. H. 2022. *Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 1(2), 136-145. Diakses tanggal 19-12-2023
- Rambe, D. N. S. dan Aslami, N. 2021. *Analisis Startegi Pemasaran Dalam Global*. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 213-223. Diakses tanggal 11-07-2024
- Ratih, I. R. 2023. *Siapa Pemilik Skintific? Brand Skincare yang sedang Viral* Tersedia: <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-skintific-brand-skincare-yang-sedang-viral> [03 Juni 2024]
- Ritonga, M. dan Irawan, F. M. El. 2017. *Faktor Manajemen Biaya dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan melalui Intensitas Produksi UKM Industri Rumahan di Kota Binjai*. Manajemen Tools, 8(2), 68–78. Diakses tanggal 09-02-2024

- Rizky, F. M. dan Yasin, H. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 14(2), 135-143. Diakses tanggal 04-01-2024
- Runtunuwu, J. et. al. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(3), 1803–1813. Diakses tanggal 01-03-2024
- Safitri, A. N. 2021. *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada*. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 1–9. Diakses tanggal 29-12-2023
- Satriyo, B. et. al. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content Terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(4), 1563-1571. Diakses tanggal 30-12-2023
- Setiawan, M. H. et. al. 2022. *Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace*. Jurnal Infortech, 4(2), 141. Diakses tanggal 22-03-2024
- Siregar, N. dan Ovilyani, R. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Menggunakan Indihome sebagai Penyedia Jasa Internet di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Inskandar Muda No. 35 Medan Baru)*. 7(1), 65–76. Diakses tanggal 21-03-2024
- Sitoki, R. E. et. al. 2023. *Motivasi Mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Star's Lub Dalam Memilih Program Studi Teologi*. 3(2), 118–132. Diakses tanggal 24-03-2024
- Sellang, K. dan Muh, D. 2017. *Penerapan Prinsip-Prinsip Manajemen dalam Kepemimpinan di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Muhammadiyah Rappang*. Akmen, 13(3), 469–477. Diakses tanggal 13-02-2024
- Sope Saleh, A. 2023. *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan*. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 1(2), 87–100. Diakses tanggal 06-02-2024
- Sterie, W. G. et.al. 2019. *Pengaruh Brand Ambarssador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(4), 3139-3148. Diakses tanggal 06-02-2024
- Sudiantini, D. et. al. 2023. *Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM E-Commerce Entrepreneurial Marketing Management to Enhance the MSME*. Sinomika Journal, 1(6), 1641–1650. Diakses tanggal 05-02-2024
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta Bandung

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta Bandung
- Syafitri, R. 2023. *Content Marketing, Strategi Pemasaran di Era Digital*. Tersedia: <https://umsida.ac.id/strategi-content-marketing-instagram/> [02 Februari 2024]
- Syahrizal, H. dan Jailani, S. M. 2023. *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Qosim Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 1(1), 13-23. Diakses tanggal 12-07-2024
- Utomo, I. W. 2017. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda)*. Komunikasi, VIII(1),78. Diakses tanggal 30-03-2024
- Widiana, E. M. 2020. *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Penerbit CV. Pena Persada Redaksi
- Yusuf, R. et. al. 2020. *Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, 1(2), 506-515. Diakses tanggal 20-02-2024
- Virgioni, D. et. al. 2020. *Analisis Pengaruh Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan; Studi Kasus Pada PT. Tommino Inti Prima Pangkal Pinang*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB), 7(2), 83-92. Diakses tanggal 20-06-2024