

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225–236.
- Abdillah, S. V., Abdillah, R., Agustin, S. D., Alifah, S., Anthony, S. A., Hayati, S. R., Shilvia. (2024). Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis Ibu Rumah Tangga Melalui Psikoedukasi Manajemen Stress. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. 10(10), 1580-1584.
- 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 (JSMK)*, 2(1), 42–47.
- Alfi Antika, & Lu' Lu Ul Maknunah. (2023). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop. *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran Dan Ilmu Sosial*, 1(3), 11–22.
- Amalia, R. J. (2022). Keputusan Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–16.
- Angkie, N. S., & Tanoto, S. R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, dan Stradivarius di Surabaya. *AGORA*, 7(1), 1-6.
- Ardianti, F., & Lubis, D. P. (2020). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malangsari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(6), 796–809
- Arifin, G. O. F. M., Jauhari, A., & Budi Prasasti, K. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing, Brand Image, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Cv. Indo Cipta Kreasi Kota Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(2), 1–13.
- Aulia, G. S. dan, & Muslihat, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Jasa Wedding Service. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1–9.
- Azizah, D. U., & Elok Fitriani Rafikasari. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135–146.
- Baltes, P. (2015). Content marketing - the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic*

Sciences, 8(57), 111–118.

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(7-8), 652-661.

Databoks. (2024). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024). <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/de7b25bfae5971c/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024> diakses 28 Mei 2024.

Dewi, R. M., (2024). Karakteristik Konsumen Terhadap Minat Beli Rujak Simpang Jodoh, Desa Bandar Klippa Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Medan.

Fauzi, A. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Pada Motor Listrik Smoot Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free / Susan Gunelius*. McGraw-Hill. New York.

Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, Makassar.

Heru Suprihadi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2), 1-18.

Hijratunnisa, L., Mardian, I., & Ismunandar. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 37–56.

Ilhami, M. W., Vera Nurfajriani, W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, W. (2024). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462–469.

Janah, S. N. (2023). Dampak E-Commerce Era Industri 4.0 Pada Perekonomian Indonesia. Universitas Airlangga: Fakultas Teknologi Maju Dan Multidisiplin. <https://ftmm.unair.ac.id/dampak-e-commerce-era-industri-4-0-pada-perekonomian-indonesia/> diakses 4 Juni 2024.

Khateeb, S. E., Saber, M., & Shawket, I. M. (2023). Urban reflections through hone gardening; does gender matter?. *Ain Shams Engineering Journal*. 14(3), 1 – 8.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital*. Wiley.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 2(3), 381–390.
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Lubiana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Magda Lena, C. T., & Susanti, E. D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Nacific Dimasa Pandemi Covid-19: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 982–996.
- Mileva, D. N. (2019). Pengaruh Social Media Marketing dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Surabayar Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 446–452.
- Milhinhos, P. (2015). the Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: the Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content. *Escola Brasileria De Administracao Publica E De Empresas (FGV EBAPE)*. Brazil.
- Miliopoulou, G. Z. (2019). Revisiting product classification to examine content marketing practices. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(4), 492–508.
- Muslihah, F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014-2016). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung.
- Mustika, F. K., Ingkadijaya, R., & Mumin, A. T. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan User-Generated Content Instagram Terhadap Brand Equity Pada Konsultan Pariwisata Desma Center. *Open Journal Systems*, 17(12), 2919-2926.
- Nasution, M. T. S., Situmorang, S. H., & Sembiring, B. K. F. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Content Marketing Terhadap Minat Beli: Studi Kasus pada Followers Instagram MBD Kontraktor. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(3), 819-825.
- Nefrida N, Riati R, M. R. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 166–183.

- Odongo, I. (2016). Content Marketing: Using it effectively for Brand Strategy and Customer Relationship Management. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 3(12), 52–61.
- Pusparini. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Selebriti Endoser dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
- Rahman, F., Trihandy, A., Setiawan, D. A., Prima, M. D. D., Riyadi, R. (2025). Analisis Penggunaan Video Pendek Sebagai Media Promosi UMKM Untuk Menjangkau Konsumen Milenial dan Gen Z. *Jurnal Perubahan Ekonomi (JPE)*, 9(7), 59-66.
- Saputro, A., Sugiharto, D. S., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-8.
- Sari, P. W., Arifin, R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Gratis Ongkir, Online Customer Review Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510-518.
- Simamora, A. K. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow pada Generasi Milenial di Lubuk Pakam. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan.
- Simanjuntak, A. (2012). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. *Skripsi*. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Statista. (2024). Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia Tahun 2020-2029. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia> diakses 14 Desember 2024.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Yahya, W. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Zakaria, M., Purwanto, H., & Apriyanti (2023). Pengaruh Media Sosial Marketing dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli (Studi Empiris Pada Prabu Motor Ponorogo). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 5(6), 1–9.