

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2020). “*Pengaruh TikTok terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Kasus pada Produk Fashion di Kalangan Remaja*”. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 45-59.
- Adhitya Yoga Prasetya, Ari Dwi Astono, Yuyun Ristianawati (2021). *Analisis Strategi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising dan Content marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Toko Online Zalora)*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi (JIMAT)*. Volume 12 Nomor 2
- Alfi Antika, Lu’lu UI Makunah (2023). *Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna TikTok Shop ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar Angkatan 2019)*. *Jurnal Sadewa: Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran dan Ilmu Sosial*. Vol,1 No.3 Agustus 2023, Hal 11-22.
- Bening,R., & Kurniawati, E. (2019). “*Motivasi Berbagi Konten di Media Sosial: Studi Kasus pada Pengguna Instagram*”. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 13(2), 113-124.
- Brenda Pricillia Mariah (2022). *Pengaruh Brand Identity dan Content marketing Terhadap Brand Awareness Local Brand Skin Game Pada Followers Instagram @skingameofficial*. UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, SI Ilmu Komunikasi.
- Desy Rufaida (2021). *Let’s Get Fudge Up With Fudgybro!*. <https://tworubber.com/2021/11/25/lets-get-fudge-up-with-fudgybro/>
- Diaz Ummu Azizah, Elok Fitriani Rafikasari. *Pengaruh Content marketing dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @souvenirmurah\_Ta Di Masa Pandemi (2021)*. *Jurnal Ilmu Riset Ekonomi*. Vol 1 No.1 Juli 2021
- Firmansyah, H. (2020). “*Strategi Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Implementasi*”. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi*, 15 (1), 12-25.

- Gita Cahyani, Pramitha Aulia (2023). *Pengaruh Konten Marketing Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty (Studi Kasus Pada Konsumen Camille Beauty di Kota Bandung)*. Jurnal Miral Management. Volume 8, Pages 495-501.
- Haloka Talks (2023). *Marketing Sukses Jalur Viral Ala Fudgy Bro*. <https://www.halokataalks.com/marketing-sukses-jalur-viral-ala-fudgy-bro/>
- Hidayati, and Yuliandani. "Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek dan Lable Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah". Jurnal Sains Manajemen & Akutansi 12 (2020):37-53
- Howard, John A., & Sheth, Jagdish N. (2017). *The Theory of Buyer Behavior*. Wiley.
- Kamilah, N., & Wahyuati, E. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk X di kota Y". Jurnal Manajemen dan Bisnis, 14(2). 101-112.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane (2017). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane (2020). *Marketing Management* (16<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane (2015). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Lucas, Bryan, & Britt, David (2011). *Introduction to Consumer Behavior: The Psychology of Buying*. Sage Publications.
- Lucas, D.B., & Britt, S.H (2011). *Advertising Psycology And Research*. Literary Licensing, LLC.
- Neuman, W. Lawrence (2018). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Pepper, Don, & Rogers, Martha (2016). *Managing Customer Experience and Relationship: A Strategic Perspective* (3<sup>rd</sup> ed.). Wiley
- Prasetyo, D.(2018). "Metode Penelitian untuk Program Afiliasi: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 78-89.
- Qayyum Deyatari Pangestu, Didiek Tranggono (2022). *Pengaruh Content marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney+ Hostar di Masa*

- Pandemi COVID-19*. Jurnal Signal, Volume 10, No.1 Januari-Juni 2022 hlm 124-138.
- Revida Mareta Herfi Ashari, Onny Fitriana Sitorus (2023). *Pengaruh Content marketing terhadap Customer Engagement*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, 7(1), 2023, 38-46.
- Rifqoh Irdinisa (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok @Vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Karier (Survei Pada Followers @Vmuliana)*. UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, SI Ilmu Komunikasi.
- Rose, Robert (2015). *“Marketing: An Introduction”* Sage Publications.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7<sup>th</sup> ed.)*. Wiley.
- Setiawan, M.A., & Widodo, T (2018). *Pengaruh Pemasaran Konten terhadap Loyalitas Pelanggan pada Platform E-commerce*. Jurnal Pemasaran dan Konsumen, 11 (2), 87-98
- Sinamarta, J. (2011). *“Pemasaran Melalui Media Sosial: Strategi dan Implementasi”*: Jurnal Pemasaran Digital, 3(1), 55-67.
- Slamet, M., & Wahyuningsih, T. (2022). *“Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur dalam Penelitian Kuantitatif”*. Jurnal Metodologi Penelitian, 10(1), 15-27.
- Solomon, Michael R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being (12<sup>th</sup> ed.)*. Pearson.
- Sugiyono (2016). *“Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jurnal Pendidikan 8(1), 45-55.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (15<sup>th</sup> ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (19<sup>TH</sup> ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif; Kualitatif, dan R&D (19<sup>th</sup> ed)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

- Tasty Snack (2023). *Cookie Bomb, Makanan Viral di TikTok Yang Bikin Netizen Penasaran*. <https://tastysnack.id/blogs/news/cookie-bomb-makanan-viral-tiktok>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). *Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial*. *PROfesi humas*, 3(1), 102-119.
- Wilson, H.J (2019). "Content Marketing: A Practical Guide For Professionals" (2<sup>nd</sup> ed.). Routledge.
- Yazgan, A., & Hassa, N. (2020). "The Role Of Content Marketing in Echaning Customer Engagement: A review and Future Directions". *Journal of Marketing Reseach*, 15(2), 245-258.