

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. (2023). Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian album fisik (Studi pada komunitas Carat di Surabaya). *The Commercium*, 6(2), 133–149.
- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh content marketing dan brand image terhadap minat beli Mafia Gedang di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 325–333.
- Adzhani, M. E., Pujianto, T., & Syahmurman, F. (2023). Pengaruh content marketing media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen pada usaha Yourgood. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2074–2085.
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian ilmiah (kuantitatif) beserta paradigma, pendekatan, asumsi dasar, karakteristik, metode analisis data dan outputnya. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(3), 682–693.
- Antika, A., & Maknunah, L. L. (2023). Pengaruh konten marketing terhadap minat beli pengguna TikTok Shop. *Jurnal Sadewa*, 1(3), 11–22.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928.
- Baidowi, D., Wahidaturrahmi, S., Kertiyan, N. M. I., & Wulandari, N. P. (2024). *Statistika dasar: Teori dan praktik*. Jakarta: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Berutu, T. A., Sigalingging, D. L. R., Simanjuntak, G. K. V., & Siburian, F. (2024). Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 2(3), 358–370.
- Bukran, B., Ramdani, R., & Irzani, M. A. Z. (2024). Dampak testimoni terhadap keputusan berbelanja pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Mataram. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 794–805.

- Daniati, N. S., Priyatno, A., & Muhdiyati, I. (2024). Pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku moralitas pada era digitalisasi di SDN Caringin 02. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4091–4106.
- Dara, D., Dilla, R., Rina, N., Mahadian, A. B., Prodi, S., & Komunikasi, I. (2016). Perilaku Konformitas Anggota Komunitas Hansamo Bandung Conformity Behavior of Hansamo'S Members Bandung. *Junal Management*, 3(2), 2229-2233.
- Elmertian, D. ., Sholikhah, S., & Sari, D. A. P. . (2024). EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA MODEL : (Studi Kasus Instagram @Kopikenangan.id). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–77. <https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i7.1535>
- Erwin, S., Roosiqoh, R., Sari, A., Supriatin, L., Boari, Y., Gedean, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran digital: Teori dan implementasi*. Bandung: CV. Green Pustaka Indonesia.
- Febriana, A. M., & Pernama, I. (2024). Pengaruh content marketing terhadap minat beli konsumen pada UD Sakinah Hedar. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 6(3).
- Fahriza, V., & Rukiyah, R. (2023). Pengaruh beauty content marketing pada media sosial Instagram terhadap kemampuan literasi media siswa SMA DKI. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(3), 403–418.
- Fajrina, R. (2024). Pengaruh online consumer review terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 10442–10453.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozahdi, M. H. (2024). Pengaruh social media marketing dan content marketing pada YouTube terhadap brand awareness Gojek. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(2).
- Halim, P. T., Yogatama, A., & Wijayanti, C. A. (2022). Motivasi Penggemar Boy Group K-pop TOMORROW X TOGETHER (TXT) dalam Melakukan Fan Engagement pada Media Sosial. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 2-12.

- Kahruniyah, A. C. (2024). Analisis pengaruh konsep attention, interest, desire, dan action terhadap keputusan pembelian produk Kedai Kopi Kulo di Kecamatan Pasar Minggu (Unpublished undergraduate thesis). Universitas Nasional, Jakarta.
- Karr, D. (2016). How to map your content to unpredictable customer journeys. Retrieved from <http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/MappingContentMarketingBook.pdf>
- Luthfy, M. R., Sabrina, H., & Mulia, A. (2025). Pengaruh influencer marketing dan content marketing dalam meningkatkan minat beli masyarakat: Studi pada Sambal Cobek Pak Awan Binjai. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1040–1048.
- Marcella, D., & Nugraha, A. K. N. A. (2023). Pengaruh content marketing, promosi, dan customer review terhadap minat beli produk Barenbliss pada platform TikTok. *Jurnal Dinamika Ekonomi Rakyat*, 2(1), 17–34.
- Mawardi, M. K., Fanani, D., Supriono, S., & Rifky, M. (2022). *Strategi pemasaran UMKM: Membangun brand awareness UMKM kuliner melalui digital marketing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mohamed, A. O. (2025). The effect of design on the viewer's perception of media content and its role in problem solving. *Journal of Ecohumanism*, 4(1), 1432–1447. doi:10.62754/joe.v4i1.5956
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh content marketing Instagram terhadap minat beli di masa pandemik Covid-19 (Studi kasus pada Sarawa.co). *eProceedings of Applied Science*, 7(1).
- Nalendra, A.R.A., & Dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia.
- Nugraheni, B. S., & Susanti, R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap minat beli pengguna Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 864–873.
- Nur'ayani, E., Nizar, A., & Derajat, S. P. (2025). Analisis efektivitas strategi content marketing terhadap keputusan pembelian. *Krakatau (Indonesian of Multidisciplinary Journals)*, 3(1), 37–43.
- Nuryadi, S. P., Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU Media.

- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan media sosial sebagai media pemasaran online di era globalisasi. *Development: Journal of Community Engagement*, 1(2), 92–108.
- Olivia Sabina, C., Soegiarto, A., Puspita Sari, W., Anugrah Imsa, M., & Fajar Rizki, M. (2025). Pengaruh content marketing Shopee Affiliate di TikTok terhadap minat beli generasi Z pada produk fesyen. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 15. doi:10.53697/jkomitek.v5i1.2679
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing*. New York, NY: McGraw Hill Education.
- Putri, D. R., Forceila, D., & Ivana, L. (2021). Persepsi pada jingle Shopee versi Baby Shark (Studi deskriptif followers Instagram @Shopee_id). *Inter Komunika*, 6(1), 1–13.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (Definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rachman, A., & Emeilia, R. I. (2024). Pengaruh media sosial Instagram @tmiiofficial terhadap minat berkunjung ke TMII. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(5), 344–352.
- Rahman, A. N. F., Iqlima, N. N., & Bilqis, Q. N. (2024). Peran sosial media Instagram sebagai media komunikasi bisnis dalam peningkatan penjualan brand “Sevatu.” *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(6), 24–32.
- Robani, D. Q., Wisanggeni, D. H., Pratama, Y. A., & Saleh, M. Z. (2025). Strategi Pemasaran Global pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk: A Literature Review. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 219-230.
- Sabina, C. O., Soegiarto, A., Sari, W. P., Imsa, M. A., & Rizki, M. F. (2025). Pengaruh Content Marketing Shopee Affiliate di Tiktok terhadap Minat Beli Generasi Z pada Produk Fesyen. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 15-15.
- Sadr, M. B., & Madiawat, P. N. (2023). Pengaruh electronic word of mouth dan content marketing terhadap purchase intention yang dipengaruhi oleh brand image pada Instagram McDonald’s Indonesia. *eProceedings of Management*, 10(1).

- Sandari, W., & Riofita, H. (2024). Strategi pemasaran konten marketing dalam meningkatkan interaksi konsumen di media sosial. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(5), 711–718.
- Saputra, A., Utari, D., & Furqon, M. (2023). Analisis strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement (Studi pada UMKM Manda Cake). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing dan Akuntansi*, 8(2), 122–130.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester, UK: Wiley.
- Sihombing, N. S., Pardede, D. E., Sianturi, S., Dewantara, A., & Mamonto, N. S. (2022). *Pemasaran digital*. Yogyakarta: CV. Pena Persada.
- Siregar, D. M. L., & Pribadi, M. A. (2025). Analisis teori ekologi media terhadap konten pemasaran. *Kiwari*, 4(1), 96–103.
- Sjahruddin, H., Nasrullah, N., Masekken, V. P., Saputra, M. G. R., Samosir, A., Makkarumpa, A. S. Y., & Fadilla, N. (2024). Eksplanasi minat beli: Efek content marketing terhadap keputusan pembelian. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 4(3), 350–372. doi:10.53363/yud.v4i3.105
- Sopari, R. M., & Alawiyah, W. D. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 356-369.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis pengaruh minat beli konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman melalui aplikasi GoFood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supri, Z., Sahrir, S., Hamid, R. S., Sultan, S., & Riyanti, R. (2023). Peningkatan sistem pengelolaan keuangan dan pemasaran digital pada UMKM Chalodo Sibali Resoe. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2204–2211.

- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Thehawijaya, J. A., & Susilo, D. (2023). Sales promotion message appeal and brand ambassador effects toward tokopedia's purchase intention. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(2), 475-484.
- Swarjana, I. K. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN*: Edisi Terbaru. Penerbit Andi.
- Violet, R. Z., & Purnamasari, O. (2025). Pengaruh Nicholas Saputra sebagai brand ambassador terhadap minat beli Kanzler Crispy Chicken Nugget. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 2(2), 17–31.
- Wali, I. H. L. A., & Pabulo, A. M. A. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Di Kelurahan Rejowinangun Melalui Social Media (Studi Kasus: Warung Makan Surya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 1213–1220.
- Wistiasari, D., Lilis, L., Clarissa, N., Herliani, H., Wilson, J., & Dikson, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran PT. Indofood Sukses Makmur Tbk di Pasar Internasional. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 632-640.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–95.