

DAFTAR PUSTAKA

- 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)*, 11(3), 325–333. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p325-333>
- Aisyah Fitri Pasaribu, Tri Inda Fadhila Rahma, B. D. (2023). PENGARUH *CONTENT MARKETING* , VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA. *Pasaribu*, 10(2), 165–172.
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Perbankan (JEMP)*, 10(3), 12–24.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh *Content marketing* terhadap Customer *Engagement* (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1), 191–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10116>
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh *Content marketing* dan Electronic of Mouth pada *Platform* TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 178–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>
- Fadhilah Saputra, G. G. (2021). Pengaruh *Content marketing* dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 17(3), 505–512.
- Fadillah Abdjul. (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), 354–262. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Inc.
- Maharani, S. R., Cupian, C., & Hartadi, A. P. (2025). Pengaruh sertifikat halal, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan produk makanan home industry. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 71–87.
- Majid, M. N., & Saifuddin, J. A. (2025). Analisis pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada PT. Berkah Anugerah Inti Semesta. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 8(1), 378–385. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jutin.v8i1.39835>
- Muhsinin, M. H., & Komara, E. F. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap minat beli ulang laptop Acer di Kota Bandung. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 3(1), 110–121.
- Muria Indah Nur Rochmawati B.S. (2024). Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Keuangan Syariah dengan Mediasi Literasi Keuangan Syariah. *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 16–25. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15476](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15476)
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh *Content marketing* dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v1i1.45>
- Nasta'in, A. F., Samad, A., & Sujatmiko, S. (2023). Pengaruh *Content marketing* Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 38–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.211>
- Oktaviani, D., & Winda, C. (2022). Tinjauan Kebijakan Penetapan Harga Produk pada Konsumen Kantor Pos Bandung (40111). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(3), 2171–2182.
- Piyoh, D. D. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 78–89.

- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 714–724. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1.524>
- Putri, D. A., & Ananda, R. (2022). Pengaruh Harga terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 115–127.
- Ramadhan, A. G., & Wahdiniwaty, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk aplikasi mobile dan harga terhadap kepuasan peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN KIS). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM)*, 6(2), 81–92.
- Siti Samsiyah, S.E., M.M., Nashrudin Latif, S.Sos., M.M., Chindi Dwi Aprilia, Arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditya, Maretha Zukar, & N. T. A. S. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV Mega Press Nusantara.
- Sudiana, M. A., & Fitriana, N. (2024). Kualitas produk, harga, dan citra merek Coca-Cola: Apakah memengaruhi keputusan pembelian? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(4), 880–894.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, S. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R \& D. *Alfabeta, Bandung*.
- Tania Ulrica. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Keterlibatan Produk, Dan E-Wom Terhadap Niat Pembelian Produk Max Factor Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara Melalui *Website* Sociolla Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 561–569.
- Yulyana, S., Adelia, R. S., Ishaq, R., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Cordy Store Lampung). *Jurnal Pelita Manajemen*, 2(2), 10–19.
- Zohir, M., Lutfi, L., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai

variabel intervening. *Tirtayasa Ekonomika, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 4(2), 11–19.