

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. 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 Vol.10 No.3 Juli 2022, 10(3), 225–236.* <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 2, 455–466.* <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Adlan, H., & Indahingwati, A. (2020). Analisis Model Aisas Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan Seo ( Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya ) Asmara Indahingwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 9,(1), 1–15.* <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2937>
- Ajjjah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *Jurnal Manajemen, 13(2), 232–236.* <https://doi.org/10.24036/jess.v5i1.314>
- Aliami, S., Muslih, B., Zulistiani, & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), Volume 7,(1), 67–78.* <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596>
- Andana, R., & Muslih, B. (2023). Analisis keputusan penggunaan shopeepay berdasarkan promosi, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan (studi pada mahasiswa Universitas Nusantar PGRI Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri, 2, 594–604.* [https://repository.unpkediri.ac.id/9768/2/RAMA\\_61201\\_19102020204\\_0701018607\\_0715127402\\_01\\_front\\_ref.pdf](https://repository.unpkediri.ac.id/9768/2/RAMA_61201_19102020204_0701018607_0715127402_01_front_ref.pdf)
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk graby bites. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 5(6), 450–457.* <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1822/1444>
- Aradatin, S. A. Al, Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri ). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri, 6(1), 757–767.* <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/983>
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran

- EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 1–7.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Atika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau ( KPMKB ) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Damayanti, K., & Sasmito, A. (2022). Analisis Pengaruh Pelatihan Dan Kemampuan Kerja Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan Pt. Dewi Sri Kecamatan Wlingi Kab. Blitar. *PARSIMONIA*, 9(2), 88–100.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33479/parsimonia.v9i2.618>
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing , Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang ). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 778–790.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412> PENGARUH
- Deby Sagara, Basthoumi Muslih, & Dodi Kusuma Hadi Soedjoko. (2023). Analysis of Product Quality, Price and Service Quality on Customer Repurchase Intention at Marboba Outlet. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 1(1), 98–106.  
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/2732>  
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/2732>
- Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. (2020). Dimensi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Wilayah Boyolali Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 5(1), 36–44.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.566>
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. *ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.8, No.2 April 2021* |, 8(2), 1244–1251.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14798>
- Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*.  
[https://dirdosen.budiluhur.ac.id/0303129201/BookChapter\\_Digital\\_Marketing.pdf](https://dirdosen.budiluhur.ac.id/0303129201/BookChapter_Digital_Marketing.pdf)
- Ginan, M., Jatmika, R. T. D., & Zikri, F. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Content Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saena Seafood Di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agrita*, 5(1), 61–76.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.35194/agri.v5i1.3305>
- Halim, F. I., Suranto, B., & Papatungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *Journal UII Automata*, 1(2), 1–6. <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15331>
- Hardi, M., & Jirwanto, H. (2022). Pengaruh Keselamatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Internusa Tribuana Citra Multi Finance Cabang Medan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 3(1), 149–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i3.500>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32–40. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Ismunandar, & Hamidah, K. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Costumer Engagement (Studi Kasus Pada Konsumen Marketplace Shoope Di Kota Bima). *Jurnal PenKoMi:Kajian Pendidikan & Ekonomi*, 7(1), 175–181. <https://doi.org/https://doi.org/10.33627/pk.v7i1.1735>
- Khalishan, F. R., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung ). *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(April), 2252–2258. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1857>
- Kurniawan, A., Muslih, B., & Aristina, V. D. (2023). Pengaruh Motivasi , Konsentrasi , Reaksi Dan Empati Terhadap Pemahaman Pajak Sejak Dini ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Feb Universitas Nusantara Pгри Kediri ). *Mposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2(Vol. 2 (2023): Simposium Manajemen dan Bisnis), 1640–1649. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3393>
- Kusherawati, A. P., Isaskar, R., & Heptari Elita Dewi. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian dengan Brand Trust sebagai Variabel Moderasi The. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi Vol.24*, 24(1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jdse.v24i1.9565.g5521>
- Maula, Z., Rini, E. S., Karina, B., & Sembiring, F. (2012). The Influence of Search Engine Optimization , Social Media , And Internet-Based Advertising Against Online Purchase Decision In Students of Faculty of Economics of Samudra University. *Repositry USU*, 146–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/metaedukasi.v2i2.2512>
- Maulana, I. (2022). Peran Penggunaan Search Engine Optimization Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 12–18. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/384>
- Meriyana, R., Suprpto, P. K., & Hernawati, D. (2020). Efektivitas Model Discovery Learnin G Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Pada Sub Konsep Bryophyta Dan Pteridophyta Di Kelas X Sma It. *Jurnal Universitas Siliwingi*,

- 2(2), 64–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/metaedukasi.v2i2.2512>
- Muslih, B., & Putra, A. E. (2022). Determinan Stres Kerja, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja PT. Gunawan Nganjuk. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 02(2), 68–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v2i1.201>
- Nabila, V. A., & Habib, M. A. F. (2023). Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok , Online Customer Review , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.4836>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar. *JUMPA*, 8(2), 741–773. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19>
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis pengaruh e-service quality, e-trust dan harga terhadap keputusan pembelian di artee collection nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022, 1*(Vol. 1 (2022): Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis), 214–222. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1820>
- Nisa, M. M., & W, M. A. D. I. (2022). Search Engine Optimization , Integrated Marketing Communication , Dan Perceived. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN*, 01(1), 49–58.
- Novriyama Mustika Imam, Basthoumi Muslih, & Dodi Kusuma Hadi Soedjoko. (2022). Analisis Green Product, Green Price, Dan Green Promotion Terhadap Purchase Intention Produk Herbalife Nutrition (Studi Kasus Pada Club Herbalife Member Kediri). *Repository Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 8(1), 2598–7364. <https://ejournal.unisi.ac.id/index.php/jam/article/view/2108>
- Nurchayyo, B., & Riskayanto. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *JURNAL NUSAMBA VOL.3*, 3(1), 14–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Nurmalasari, L. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online ( Studi Kasus Pada Umkm Bidang Kuliner ) The Influence Of Social Media Marketing And Consumer ( Studies On Culinary Smes ). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(September), 288–299. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Othysalonika, Muhaimin, A. W., & Faizal, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Makanan Sehat Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(3), 1134–1146. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.32>
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1383.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1376-1382>
- Polii, E. Z. F., Pati, A. B., & Potabuga, J. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2019. *Jurnal Politico*, 9(3), 1–7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/politico/article/view/30759>
- Purnomo, H., Samari, & Soejoko, D. K. H. (2022). Brand Perception Pada Purchase Decision Melintasi Purchase Interest Produk RTD Teh Merek Pucuk Harum Di Masyarakat Kota Kediri. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 1–16. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.15495](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.15495)
- Purnomo, H., Samari, Soejoko, D. K. H., & Syahroq, K. F. (2021). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(1), 137–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i1.14311>
- Puspita Sari, A., Alfinasari, S., Puspito Rahayu, T., Purnama Putri, I., Novita Sari, T., & Kusuma Hadi Soedjoko, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Umkm Melalui Pelatihan Penyusunan Proposal Usaha Dan Analisis Laporan Keuangan Di Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v1i2.18067>
- Putri, F., & Hendratmi, A. (2022). The Effect of Celebrity Endorser and Content Marketing on Purchase Intention of Fashion Muslim Pengaruh Celebrity Endorser dan Content Marketing terhadap Purchase Intention Fashion Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5), 672–680. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp672-680>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop ( Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023 ). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 406–417. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391>
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J . Co Donuts And Coffee Kota Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 9(1), 17–28. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>
- Ristani, V., & Nurdin, H. (2021). Analisis Harapan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Pada Saat Pandemi Covid-19. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 3(1), 52–62. <https://media.neliti.com/media/publications/373028-analysis-of-customer-expectations-and-tr-2bcffb16.pdf>
- Santoso, E. A., Laksono, P. Y., & Muslih, B. (2022). Impelementasi Digital Campaign Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Ruang Belajar Aqil. *Jurnal Analisis Manajemen*, 8(1), 10–17. <https://ejournal.unisi.ac.id/index.php/jam/article/view/2109>
- Sardanto, R., Damayanti, S., Muslih, B., Sumantri, B. A., & Khiftiyah, F. A. (2022).

- Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok Umkm Desa Karang Talun. In *Abdimas Akademika* (Vol. 3, Issue 02). <https://aks-akk.e-journal.id/JAA/article/download/203/124>
- Septyansyah, I., & Abadi, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Café Kekinian di Bekasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 11343–11353. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10247>
- Setiawan, A. B., & Santosa, P. I. (2021). Analisis Search Engine Optimization ( Seo ) Pada Layanan Sistem Informasi Ketenagakerjaan Search Engine Optimization ( Seo ). *Jurnal Ketenagakerjaan*, 16(2), 160–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.47198/naker.v16i2.104>
- Shilfiyo, & Rumeni. (2022). Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliasi melalui Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Indonesia P±ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398*, 20(02), 37–48. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31258/jab.20.2.37-48>
- Sugianto, H., & Prihartini Budi Astuti. (2023). Pengaruh Search Engine Optimization , Online Customer Review , dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Erigo di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 5(2) 2023*, 5(2), 139–153.
- Sugiharto, N. A., Riyanti, F. A., & Madani, F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Content Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Survey. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(2).
- Sugioko, S., & Rani. (2021). Pengaruh Promosi Jabatan , Penghargaan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada CV . Wan. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 231–243. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/722/441>
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Wasitowati, S. A. (2022). Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Jawa Tengah Berbasis E-Content Marketing Dan Influencer Social Media Serta E-Trust. *EKOBIS*, 23(1), 28–40. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.30659/ekobis.23.1.28-40>
- Welsa, H., & Meidyansyah, F. (2023). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening : Studi Kasus pada Media Sosial Instagram 3Second Al-Kharaj : *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Widnyani, N. M., & Astitiani, N. L. P. S. (2023). Pengaruh Disrupsi Digital Menggunakan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Umkm di Kota Denpasar. *Ekuitas : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 158–163.

<https://doi.org/10.23887>

- 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), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Yusita, D. G. R., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Greenland Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 624–631.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>