

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, M.S. et al. (2021). Metodologi Penelitian Kesehatan. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Adisty, Naomi. (2022). Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia. GoodStats. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Agatha, Maria. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung, 3(2). Jupeko: Jurnal Pendidikan Ekonomi. <https://doi.org/10.29100/jupeko.v3i2.866>
- Ahyar, Hardani et al. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Alkharabsheh, Omar., & Zhen, Bryan. (2021). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process, 1(1). Conference on Management, Business, Inovation Education and Social Sciences (CoMBInES).
- Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Amirullah., Zulkarnain, Muhammad., & Astuti, Yulina. (2020). GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE. JUMPER: Jurnal Ekonomi Perjuangan.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings. New York: McGraw-Hill Education.
- Ashari, Revida., & Sitorus, Onny. (2023). Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Engagement*, 7(1), 38-46. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT). <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>
- Atika, Riska., Haidar, Kadori., & 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. DOI:[10.26858/je3s.v5i1.1806](https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806)
- Azizah, Diaz., & Rafikasari, Elok. (2021). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN @SOVERNIRMURAH_TA

- DI MASA PANDEMI. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi.
<https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2418>
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Claesson, Amanda., & Jonsson, Albin. (2017). The confusion of Content Marketing, A study to clarify the key dimensions of content marketing. Bachelor of Science in Business Administration: International Business and Marketing Spring 2017.
- Febrianty, Nadilla., & Safruddin. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE. JBN: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS.
<https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3848>
- Handono, Artiar., & Madiawati, Putu. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, MELALUI BRAND AWARENESS, 11(1). JURISMA: JURNAL RISET BISNIS & MANAJEMEN. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v11i1.2768>
- Hanifa, H., Fitria Fitria Nevi., Puspa, Yulia, & Rizaldy, Arjuna. (2021). Utilization of Instagram social media in Managing Online Business for MSME'S, 1(2). International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH). <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.6769>
- Hasanah, Fiddinia., & Sudarwanto, Tri. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Aplikasi TikTok Terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion Pada Generasi Z di Kota Surabaya, 9(21), 348-360. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10077108>
- Indiani, Ni Luh., Sudiartini, Ni Wayan., & Utami, Ni Komang. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, AWARENESS DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK DUA HARUM GROSIR, 2(1). Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan. DOI : [10.46306/vls.v2i1](https://doi.org/10.46306/vls.v2i1)
- Indonesia.go.id. (2024). Pertumbuhan Impresif Sektor ILMU. Indonesia.go.id.
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8019/pertumbuhan-impresif-sektor-ilmu?lang=1>

- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Journeys*. San Fransisco: Meltwater
- Kinanding, Jalu., Nurrohim. (2023). Brand Awareness, Electronic Word-of-Mouth, and Viral Marketing's Effects on Purchase Decisions. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 14(1), 13-22. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v14i1.12095>
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prectice Hall, Inc.
- Kumalasanti, Maria. (2022). Pengaruh konten pemasaran tokopedia terhadap keputusan pembelian pelanggan Yogyakarta. *Journal Competency of Business*. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1306>
- Kumbara, Vicky. DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE, 2(5). *JIMT: JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN*. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>
- Lase, A.Y.P. (2019). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *SMS: Science of Management ans Student Research Journal*. DOI: 10.33087/sms.v1i6.30
- Medi, Ilham., & Koeswandi, Azizah. (2021). The Influence of Content Marketing Instagram on Consumer Purchase Decisions (Study at Almeera Atelier). *A Social Science and Entrepreneurship Journal*. <http://dx.doi.org/10.17509/xxxxt.v6ix>
- Tika, Moh Pabundu. (2017). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- NapoleonCat. (2024). Instagram users in Indonesia. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Pažėraitė, Aušra., & Repovienė, Rūta. (2016). Content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: theoretical background and practical insights. *ORGANIZACIJŲ VADYBA: SISTEMINIAI TYRIMAI*. <http://dx.doi.org/10.7220/MOSR.2335.8750.2016.75.7>
- Pektas, Serife., & Hassan, Azize. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention, 6(1), 79-98. *Journal of Tourismology*. DOI: 10.26650/jot.2020.6.1.0011

- Rama, Alzet., Simatupang, Wakhinuddin., Irfan, Dedy., & Muskhir, Mukhlidi. (2022). Konsep media sosial dalam pendidikan sekolah menengah kejuruan (SMK). *Jurnal Riset Tindakan Indonesia (JRTI)*, 7(4), 725-729. <https://doi.org/10.29210/30032530000>
- Rahmayanti, Sri., & Dermawan, Rizky. (2023). Pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya, 6(1), 337- 344. DOI: [10.37531/sejaman.v6i1.2451](https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451)
- Riyanto, Andi. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Sania, Annisa., Aulia, Pramitha. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran Instagram @tumbas.origine Terhadap Keputusan Pembelian pada Tahun 2020, 6(2), 85-93. *Jurnal MEBIS: Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.221>
- Septyadi, Muhammad., Salamah, Mukhayati., & Nujiyatillah, Siti. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi, 3(1). *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Sitanggang, Dingot., & Damiyana, Damdam. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Online, 11(2). *JURNAL LENTERA BISNIS*. DOI: [10.34127/jrlab.v11i2.528](https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.528)
- Soetanto, James., Septina, Fanny., & Febry, Timotius. Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu, 5(1). *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Susilawati, Erna., & Wulantika, Lita. Analysis of Social Media Marketing and Content Marketing on Purchase Decisions on MSMEs Fostered by Cinta Ayah Bunda Foundation Bandung, 8(2). *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v13i2.10907>

- Tanady, Edi., & Fuad, Muhammad. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta, 8(2). JURNAL MANAJEMEN. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Umi, Narimawati; Jonathan Sarwono; Dadang Munawar; Marlina Budhiningtias Winanti. (2020). Metode Penelitian dalam Implementasi ragam Analisis. Yogyakarta: Andi.
- Yudhistira. (2024) 5 Merk Hp Terbaik & Terlaris di 2024 (Versi IDC & Canalys). Bhinneka Update. <https://www.bhinneka.com/blog/merk-hp-terbaik/>
- Yunita, Dessy., Widad, A., Diah, Yuliansyah., & Farla, Wita. (2021). Pembuatan *Content Marketing* sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* bagi Pelaku Usaha di Pandemi Covid-19. Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, 2(2), 89-96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Zahra, Nisa Alifah. (2024). Strategi Content Marketing Pada Media Sosial TikTok Gebcell, 2(2), 157-173. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.939>