

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F., Febrian, W. D., Perkasa, D. H., Wuryandari, N. E. R., Pangaribuan, Y. H., & Fathihani. (2023). The Effect of Brand Awareness, Price Perception and Electronic Word of Mouth (E-WOM) Toward Purchase Intention on Instagram. *KnE Social Sciences*, 2023, 689–698. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13716>
- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 3(1), 42–47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Adam, M. W., & Simamora, B. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Kenyamanan Pemakaian, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Helm KYT di Jakarta Utara*.
- 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/10.26740/jptn.v11n3.p325-333>
- Afrina, Margery, E., & Seri. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Makmur Dekorindo Lestari Medan. *KUKIMA : Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 3(2), 207–218.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11.
- Amanulloh, P., Arisman, A., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen Toko Pakaian Area Singaparna Tasikmalaya). *GLORY(Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 83–107. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.329>
- Angelita, A. P. N., Sangari, K. A., & Octaviana, S. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *Pharmacognosy Magazine*, 6(8), 3698–3708.
- Angkasa, N., Marpaung, F. K., Sihombing, Y. R., Meliza, J., Holando, F. A., Evani, S., & Wijaya, K. (2024). Pengaruh Influencer, Harga, Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Skintific. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 8703–8712.
- Apriani, P. R., & Rubiyanti, N. R. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar. Id). *EProceedings of Management*, 10(1), 362–372.

- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(1), 135–146. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2418>
- Baidowi, M. (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1), 29–36. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v10i1.751>
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). the Influence of Product Reviews and Marketing Content on Tiktok on Scarlett Whitening By Felicya Angelista Purchasing Decisions. *E-Proceeding of Management* :, 8, 6488–6498. www.mediaindonesia.com
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2020). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(2), 99–116.
- Dewi, N. P. S., Suriani, N. N., & Yogiarta, I. M. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Kasyaraa Di Kabupaten Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 6(2), 100–109.
- Dharma, G. B. A., Wijaya, P. Y., & Suartina, I. Y. (2024). Pengaruh Promosi , Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada UD Saudara di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Serta Pariwisata*, 4(11), 2001–2014.
- Elvina, N., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Emina Kosmetik. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 84–98. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Revitalisasi*, 10(1).
- Fahmi, I., & Susilowati, I. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kartu Perdana Telkomsel (Studi pada Masyarakat Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (edisi 5). Seri Pustaka Kunci.
- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–12.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (cetakan 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. . et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hardiyana, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, & Marhamah, S. (2023). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research (JAMER)*, 1(2), 75–92. <https://doi.org/10.33476/jamer.v1i2.29>
- Hendrik. (2021). *Market Share : Pengertian, Fungsi, Jenis hingga Cara Meningkatkannya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/market-share/>
- Hermansyah, N. S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen Bloods Clothing Industries Concept Store Karawang. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 463–476. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.852>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah di Media Sosial. *Al-Kalam*, 11(1), 69–81.
- Husna, O. (2024). Pengaruh Copywriting , Content Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Mika Hijab Store Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 3(01), 333–343.
- Idris, I. N., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Peran E-wom Konten Marketing dan Lifestyle Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Minat Beli Generasi Milenial Pada Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 90–103. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.241>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, pemasaran dan kepuasan pelanggan - Google Play Buku. In *Unitomo Press*. Unitomo Press. <https://play.google.com/books/reader?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=GBS.PA56&hl=id&lr=>
- Janah, N. R., & Suswardji, E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 690–697.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Jungang, W. (2023). The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest. *Siber International Journal of Digital Business (SIJDB)*, 1(1), 25–33. <https://doi.org/10.38035/sijdb.v1i1.10>
- Kamanda, S. V. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk Cimory Pada Sinar Mart. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 66–72.
- Kawalo, O. R., Wenas, R. S., & Rogi, M. H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of

- Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Etsuko Kitchen Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1340–1351.
- Kintradinata, L. ., & Hidayah, R. . (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Pada Produk Skintific. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 10(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (edisi ke-1). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran. In *Pearson Prentice Hall* (edisi 13). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (edisi ke-1). Pearson Education.
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.co. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(3), 255–264.
- Meviyawati, N. A., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh E-WOM, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli The Originote Hyalucer Moisturizer Pada Gen Z di Kab. Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 471–480.
- Muninggar, D. A., Rahmadini, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 2745–8547.
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.
- Nadhiroh, A. (2020). Pengaruh Electornic Word of Mouth, Credibility Celebrity Endorser, dan Visibility Celebrity Endorser Dewi Sandra Terhadap Brand Image Wardah Cosmetics. *Jurnal Pundi*, 3(3), 259–270.
- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1835–1846.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44475>
- Panjaitan, T. M., & Hikmah. (2024). Pengaruh Content Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Revlon Di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 632–638.
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing

- , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Pektas, S. Y., & Hassan, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, 6(1), 79–98. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.1.0011>
- Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya)*. (n.d.). <https://repository.upnjatim.ac.id/3566/2/1.pdf>
- Prasitya, I. R. (2023). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Erigo Store Melalui Media Instagram. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(4), 150–156. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i4.1154>
- Prastyo, N. A., Suharto, A., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh E-wom (Electronic word of mouth) Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Online Shop. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 1–7.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>
- Prihartini, D., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 56–67. <https://doi.org/10.37715/calathu.v4i1.2724>
- Pujinata, H. K. R., & Efrata, T. C. (2023). Pengaruh E-Wom, Content Marketing, Dan Consumer Innovativeness Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Indonesia. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 656–672. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3980>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Putri, H., & Hidayah, R. T. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli pada Skincare Avoskin Beauty Melalui Platform Media Sosial Tiktok. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1564–1576. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.50227>
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 744–752. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>

- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Renwarin, J. M. J., & Kamalsyah, F. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Dan Emotional Marketing Sebagai Variabel Intervening. *Streaming Business Journal*, 3(1), 109–119. <https://doi.org/10.53008/streaming.v3i1.3554>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.
- Safitri, I., & Indra, N. (2024). Pengaruh Harga dan E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 193–206.
- Safitri, R. I., & Gunaningrat, R. (2021). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfe Toko. *Seminar Nasional HUBISINTEK - Membangun Transformasi Bisnis Dan Adaptasi Teknologi Pasca Pandemi*, 1001–1011.
- Salsabila, H., & Hasbi, I. (2022). Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Pixy di Kota Bandung. *Mirai Manajemen*, 7(1), 203–213.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Saputri, O. A., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Merek Viva Cosmetics di Kota Surabaya. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4442–4449.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior* (edisi 11). Pearson Prentice Hall.
- Shije, P. R., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Pada Produk Uniqlo Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 6095–6101.
- Sosanuy, W., Siripipathanakul, S., Nurittamont, W., & Phayaphrom, B. (2021). Effect Of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) and Preceived Value On Purchase Intention. *International Journal of Behavioral Analytics*, 1(10), 1–

16.

Suchita, N. B., Zulkarnain, & Halim, E. H. (2024). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Brand Skincare Somethinc di Kota Pekanbaru. *JURNAL ECONOMICA*, *XII*(1), 97–106.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi revi). Alfabeta.

Top Brand Award, admin. (2022). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek dalam Survei Top Brand? Top Brand Award*. <https://www.google.com/search?q=perbedaan+top+brand+index+dan+market+share&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=id-id&client=safari#vhid=zephyr:0&vssid=atritem-https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>

Vicky, & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Brand Image, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Bestmart Supermarket Batam. *Jesya : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *6*(2), 2015–2023. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1099>

Wahyuni, R., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ms Glow Di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, *2*(4), 920–929.

Wardhana, H. W., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Yuliani. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *XII*(3), 431–446. <http://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/627%0Ahttp://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/627/360>

Wekke, I. S., & dkk. (2019). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue Oktober). Gawe Buku.

Wijaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, *15*(2), 133–142. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3772>

Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, *7*(2), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Winarno, K. O., & Indrawati. (2022). Impact of Social Media Marketing and

- Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 668–683. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- Yonanta, H., & Tresani, N. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Tinggal di Summarecon Serpong. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7(2), 379–389. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Yonathan, V., & Angreni, T. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 757–766. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1153%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1153/596>
- Zakaria, M. A., Purwanto, H., & Apriyanti. (2023). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.