

DAFTAR PUSTAKA

- Hildawati. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Handphone Merek Oppo. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 19(1), 104–111. <https://doi.org/10.51826/fokus.v19i1.485>
- 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.
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.26322>
- Annung Purwati, M. M. C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 12.
- Beli, M., Mediasi, S., Brand, P., Dan, I., Konsumen, S., Keputusan, T., & Batik, P. (2015). *Management Analysis Journal*. 4(2), 129–141.
- Bs, S., Arizal N, & Ririn Handayani. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Fachmy, R. N., & Rasmini, M. (2023). The Effect Of Content Marketing On Pegipegi Instagram On Purchasing Decisions Title Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7552–7560. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fitriani, R. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Universitas Medan Area*.
- Image, P. B., Awareness, B., Promosi, D. A. N., Minat, T., Konsumen, B., &

- Produk, P. (2024). *Brand image, brand awareness. 2024*, 640–647.
- Image, P. B., Brand, E., Terhadap, T., & Pembelian, K. (2023). *Brand Image, E-wom. 8(1)*, 30–45.
- Irawan, F. D., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh Content Marketing, Kolaborasi Brand dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 155–164. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Iriani Ida Nur, Sasongko Totok, & Murti Dewi Novianti. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Meteor Cell Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi Vol*, 10(2), 155–160.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- L, M. V. A., F, K. J. A., & S, M. D. D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Tahun*, 6(4), 54–61.
- Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Ningsih, D. K. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Dear Me Beauty*. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/21932>
- Nur Atika, R., Haidar, K., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Mulawarman, U. (n.d.). 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), 2024. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image*. (N.D.).

- Putri, L. D. R., & Selviana, S. (2023). Hubungan Kualitas Produk dan Brand Image dengan Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Di Jabodetabek. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(1), 22–29. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/PsikologiKreatifInovatif/article/view/2138>
- Putu Elvinayanti, L., Gusti Ayu Wimba, I., Manajemen, P., & Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, F. (n.d.). *Pengaruh Content Marketing Penggunaan TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dimediasi Minat Beli Konsumen di Kota Denpasar Ni Wayan Wina Premayani (3) (1)(2)* (Vol. 4, Issue 2).
- Rahman, T. (2019). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Caffé Go-Kopi Di Kota Malang). *Skripsi Respositari UIN MMI Malang*, 1–147.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 450–458. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Santoso, R. D. W. & B. (2023). *Pengaruh Konten Marketing @Xo.Chocho_1 Terhadap Minat Beli Konsumen di Instagram*. 1–23. https://eprints.ums.ac.id/114684/2/REVISI_SIDANG_SKRIPSI_Randy_Dwi_Wahyudi_L100190064.pdf
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Tari, sukma putri, & Hartini. (2021). Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk Dan Lokasi. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*.