

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim dan Sangen, Marijati. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal sains manajemen dan kewirausahaan* 3 (1). 42-47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons*.
- Anggraeni, L. (n.d.). Retrieved September 7, (2018), from <http://teknologi.metrotvnews.com/newsteknologi/0k8L1edk-130-jutapenduduk-indonesia-sudah-pakaimedsos>
- Bruns, I. (2018). ‘Trust’ and ‘perceived authenticity’ in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18- 24-years-olds in Ireland. [Master's thesis, Dublin Business School]. Retrieved from HYPERLINK "https://esource.dbs.ie/handle/10788/3536" <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3536>
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6488–6498. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16484>
- Debika Amalia, Chairina. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. 7 (1)
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frost, Raymond dan Judy, Strauss. (2016). "E-Marketing". New York: Routledge.

- Girsang, H. T. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Dan Marketplace Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Online Traveloka Eats. Repository Institusi Universitas Sumatera Utara.
- Gunelius, Susan. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/JBT.V1I01.296>
- Jin, S. A., & Phua J. (2014). Following celebrities' tweets about brands: The impact of Twitter-based electronic word-of-mouth on consumers' source credibility perception, buying intention, and social identification with celebrities. *Journal of Advertising*, 43(2), 181-195
- Kadekova, Z., & Hoilencinova, M. (2018). Influencer Marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Communication Today*, 9(@), 90-104.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nurjanah dkk, (2016). Nurjanah, I., Maramis, F. R., & Engkeng, S, 2016. Hubungan Antara Waktu Tunggu Pelayanan Resep dengan Kepuasan Pasien di Apotek Pelengkap Kimia Farma BLU Prof. Dr. RD Kandou Manado. *Jurnal Ilmiah Farmasi UNSTRAT*. 5(1), 362–370.
- Pulizzi, J. (2009). *Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing*. New York: The McGraw-Hill Companies
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningsih, H. D. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>

- Rosyadi, M. I. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Jurnal Komunikator*, 1-9.
- Sciffman dan Kanuk (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sholihin, U. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pada Perusahaan Kain Dan Sarung Tenun Ikat Cap Sinar Barokah Kediri. *Jurnal Cendekia*, 2(3), 1–6.
- Solis, Brian, & Webber, A. (2012). *The Rise of Digital Influence: A “how-to” guide for businesses to spark desirable effects and outcomes through social media influence*. United States: Altimeter Group
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyanto, Achmad Sani dan Vivin Maharani. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-Malang Press.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta*
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa Widyasari*, Suzy dan Erna Triastuti
- ,Fifilia. (2009). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *TEMA Vol 6 edisi 2*, 159 - 169.
- Williams, D,L., Crittenden, V,L., Keo, T., & McCarty, P. 2012. The use of social media: an exploratory study of uses among digital natives, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136
- Wong An Kee, A., & Yazdanifard, R. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2(9), 1055–1064. Retrieved from www.ijmae.com