

DAFTAR PUSTAKA

- Aluf, S., Az-Zahwa Nurfatiha, S., Ekonomi, F., Studi Manajemen, P., & Islam, U. (2024). EFEKTIVITAS PARA PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MEMBANGUN PERTUMBUHAN EKONOMI. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 11. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Annisa Salma, F., & Wijayanto, A. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021).
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. In *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology* (Issue 2).
- Banuprasetyo, & Trisyanti umi. (n.d.). *Prosiding SEMATEKSOS 3 “Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0” REVOLUSI INDUSTRI 4.0*.
- Cipta, H. (n.d.). *PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP TURNOVER GURU SD SWASTA DI KECAMATAN JATIASIH KOTA BEKASI*.
- Dhea Febyana, S., Edy Herman Mulyono, L., & Mujahid Dakwah, M. (2023a). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9, 68–73.

- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). PENGARUH CITA RASA DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI JANJI JIWA BANDAR LAMPUNG. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Dony Buntoro, Fathorrahman, & Theresia Pradiani. (2023). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio*.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). *BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDUSTRI RETAIL GIANT EKSPRES MAKASSAR* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>
- 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. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25 edisi 9*.
- Handayani, Ririn. (2020). "Metodologi penelitian sosial." Yogyakarta: Trussmedia Grafika
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hapsari, A. C., Mulyantomo, ; Edy, & Triyani, ; Dian. (2023). RAHASIA DI BALIK KESUKSESAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI ANEKA OLAHAN BANDENG. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(4), 331–343.

- Hasil, J., Dan, P., Ilmiah, K., Alfarisi, F. I., Rizqi, A. W., & Dahda, S. S. (n.d.). Peramalan Penjualan Pupuk Organik PT. Petrokindo Cipta Selaras Dengan Mekanisme Single Exponential Smoothing Dan Moving Average. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 8, Issue 2).
- Icam Sutisna. (2020). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif
- Khafidin. (2020). *KONSEP PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA*.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12 Jilid I. Jakarta : Erlangga
- Lazuardi, M. I., Thomas, D., & Kaihatu, S. (2021a). PENGARUH VARIASI PRODUK, PRODUCT KNOWLEDGE DAN CONTENT MARKETING TERHADAP MINAT BELI BUTUHBABU. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 6, Issue 4).
- M. Trihudiyatmanto. (2024). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan E-Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening*.
- Manullang, Marihot, and Esterlina Hutabarat. (2016). "Manajemen pemasaran." Yogyakarta. Indomedia Pustaka
- Mahda, A., Zuhra, A., & Handayani, W. (2024). Analisis Content Marketing Pada Instagram @Foreverbloomjewelry Dalam Meningkatkan Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024(19), 190–199. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14043143>
- Maulida, S., Komariah, L., Anggraeni, F., Ahmad Baehaqi, R., Studi Ekonomi Syari, P., Ekonomi Bisnis Islam, F., Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon Jl Perjuangan, I., Kesambi, K., Cirebon, K., & Barat, J. (n.d.). *ANALISIS HARGA KEBUTUHAN BAHAN POKOK DAGING AYAM PASCA KENAIKAN HARGA (BBM) TAHUN 2022*.

- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 90, 16-38.
- Miftahul Huda, D., Dwilestari, G., & Rizki Rinaldi, A. (n.d.). *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak Prediksi Harga Mobil Bekas Menggunakan Algoritma Regresi Linear Berganda*.
- Mohammad Faizal Amir. (n.d.). *PENGARUH PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL TERHADAP KEMAMPUAN*. 2015.
- Novizal, G., & Rizal, A. (n.d.). *SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA KONSUMEN MOBIL WULING DI DEALER WULING SEMARANG)*.
- Nurfadilah, S. D. (2021). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Sukabumi) Analysis Of Changes in E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study on Shopee Consumer in Sukabumi). *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), 16–23. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Permata Putri, N., Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, P., & PGRI Pacitan, S. (2017). EKSISTENSI BAHASA INDONESIA PADA GENERASI MILLENNIAL. In *45 Widyabastra* (Vol. 05, Issue 1).
- Primaraga S, N. B. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti*.
- Rahman, T. (2019). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Caffè Go-Kopi Di Kota Malang)*.
- Rahmi, A. A., Kurnia, I., Ss, N., & Hum, M. (2016). *SIKAP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KAFE MEREK ASING DAN KAFE MEREK LOKAL DI KOTA BANDUNG CONSUMER ATTITUDES AND PERCEPTION TOWARD THE ATTRIBUTES OF FOREIGN AND LOCAL BRAND CAFÉ IN BANDUNG*. www.kopiprogo.com

- Rifaldi Dwi Syahputra, & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Roy Dedi Ansarika, & Br Sembiring, Y. (2023). *ADM: Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa*. 1(2), 193–198. <https://doi.org/10.0000/adm>
- Sanusi, A. (2011). Metodologi penelitian bisnis.
- Shidiqy Dhiya, & Nurhayati Wina. (2020). *EFEKTIVITAS PRODUCT KNOWLEDGE DAN PERSEPSI KUALITAS DALAM MENINGKATKAN MINAT BERZAKAT PELAKU UMKM TULUNGAGUNG*.
- St Darojah. (2016). Metode Penanaman Akhlak dalam Pembentukan Perilaku Siswa MTs N Ngawen Gunungkidul. *Jurnal Pendidikan Madrasah*, 1(2).
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Supono, B. (2011). PERANAN MODAL SOSIAL DALAM IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAN BISNIS. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 11, Issue 1).
- Taufik Hidayat, & Zuhri M. Nawawi. (2022). *STRATEGI MENUMBUHKAN JIWA KREATIF DAN INOVATIF DALAM KEWIRAUSAHAAN*.
- Suryani, T. (2013). Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran.
- Ul Huda, I., 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).

Wahyu, A., & Kemenkes Surakarta Jurusan Fisioterapi, P. (2020). *Item number 3 (Thoraks value 301), Item number 4 (Lumbar value 489) Item number 5 (Pelvic 334) (Issue 2).*

Wicaksono, R. Y., & Utomo, U. (2017). *DAYA TARIK LAGU BAGI ANAK USIA DINI: STUDI KASUS DI TK PERTIWI I SINGODUTAN, WONOGIRI* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jsm>

Yoga Prasetya, A., Dwi Astono, A., Ristianawati, Y., Manajemen, P., & Totalwin, S. (2021a). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2).

