

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyanti, A. P., & Karamang, E. (2025). Influence product quality, prices and social media marketing on purchasing decisions product Gurita Bouquet (Flower Bouquet). *International Journal of Management, Humanities and Social Sciences Research*, 6(1), 235–243.
- Amarta, T., & Sidharta, H. (2024). The influence of content marketing and electronic word of mouth on purchase intention and also brand image as mediation. *International Journal of Review of Management Business and Entrepreneurship*, 4(2), 94–102.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2024). Pengaruh content marketing, promosi, dan customer review terhadap minat beli produk Barenbliss pada platform TikTok. *Jurnal DEKAT*, 14(2).
- Connecting Leader. (2024). *Hasil survei penerapan digital marketing di perusahaan Indonesia*.
- Fadila, S. A., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2024). Pengaruh content marketing, influencer endorser, dan *online customer review* terhadap *purchase intention* brand skincare Skintific (Studi pada konsumen Skintific). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(1).
- Ferdinand, A. T. (2019). *Analisis pengaruh kualitas website dan informasi, online trust, serta sales promotion terhadap minat beli ulang dengan customer experience sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan e-commerce Elevenia di Kota Semarang)* (Disertasi doktor). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Hedar. (2024). Pengaruh content marketing terhadap minat beli produk pada Sinart Mart Batam. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 6(3).
- Ijan, M. C., & Ellyawati, J. (2023). The influence of content marketing and *e-WOM* on purchase decisions in TikTok social media. *Research Inventy: International Journal of Engineering and Science*, 13(7), 85–96.
- Kamilla, A., & Yunani, A. (2024). Pengaruh content marketing TikTok terhadap minat beli produk skincare dengan *brand awareness* sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 12(3), 45–60.

- Mayasari, H., & Patmawati, P. (2019). Pengaruh iklan internet, *celebrity endorser*, dan gaya hidup terhadap minat beli pada Shopee di Kota Padang. *Manajemen dan Kewirausahaan*.
- 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.
- 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.
- Pratiwi, D., & Rahmidani, S. (2023). Integrasi *content marketing* dan *e-WOM* dalam meningkatkan keputusan pembelian produk skincare.
- Santy, R. D., & Andriani, R. (2023). Purchase decision in terms of content marketing and *e-WOM* on social media. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(6), 921–928.
- Sinaga, S. A. (2024). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen di Lokaria Coffee Shop* (Skripsi Sarjana, Universitas Medan Area). Repositori Universitas Medan Area.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumiati, I. (2023). *Pengaruh daya tarik content marketing, content review, desain produk, dan harga terhadap minat beli konsumen pada tas merek TaseNyong (Studi kasus pada followers Instagram @TaseNyong_Purwokerto)* (Skripsi Sarjana, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Repository UIN Prof. K.H. Saifuddin Purwokerto.
- Yunani, A., & Kamilla, Z. N. (2023). Pengaruh content marketing TikTok terhadap minat beli @Somethincofficial melalui *brand awareness*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2).
- Zain, M., dkk. (2024). Pengaruh content marketing di TikTok terhadap minat beli: Analisis *attitude towards brand* dan advertisement.
- Setiagraha, D., Junianto, M., & Muharramah, U. (2023). Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian di minimarket Alfamart Kota Palembang. *JMEC: Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91.