

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, M.H. 2022. Pengaruh Content Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Annur, C.M. 2010. Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial Di Indonesia. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/>. 24 November 2023 (16.10).
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Astuti, M. dan A.R. Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dedi, R.M. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Brand Somethinc Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Telkom. Bandung.
- Elisa, R. dan N. Gordini. 2014. Content Marketing Metrics: Theoretical Aspects And Empirical Evidence. *Journal Of European Scientific* 10(34): 92–104.
- Frambach, R.T., H. Roest, dan T. Krishnan. 2007. The Impact Of Consumer Internet Experience On Channel Preference And Usage Intentions Accross The Different Stages Of The Buying Process. *Journal Of Interactive Marketing* 21(2): 26–41.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunelieus, S. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. McGraw Hill. United States.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Huda, I.U., A.J. Karsudjono, dan R. Darmawan. 2021. Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8(1): 32.

- Hair, J.F., W.C. Black., B.J. Babin, dan R.E. Anderson. 2011. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Karr, D. 2016. *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater. San Francisco.
- Kim, A.J. dan E. Ko. 2012. Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing* : 164–171.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2017. *My Adventures in Marketing: The Autobiography of Philip Kotler*. Idea Bite Press. Texas.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Lukito, V.T., B. Lianto, dan R.M. Surjani. 2013. Perancangan Strategi Bisnis Di PT Coronet Crown. *Jurnal Teknik Industri* 2(1): 1–19.
- Nazir, P.M. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Pulizzi, J. 2009. *Get Content Get Customers: Turns Prospects Into Buyers With Content*. McGraw Hill. New York.
- Puro, P. 2013. Content Marketing and the Significance of Corporate Branding. *Journal Of International Marketing Management* 3(5): 6–21.
- Riduwan, A. 2006. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Shadrina, R.N. dan Y. Yoestini. 2022. Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management* 11(2).
- Schiffman, L.G., L.L. Kanuk, dan J. Wisenblit. 2010. *Consumer Behavior*. Tenth Edit. Prentice Hall. New Jersey.
- Solis, B. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Wiley. New Jersey.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V.W. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru. Yogyakarta.
- Sukardi. 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tapscoot, D. 2008. *Grown Up Digital*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran Dan Analisa Perilaku Konsumen*. BPF. Yogyakarta.
- Weinberg, T. 2009. *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. O'Reilly. California.
- Zanjabila, R. dan R. Hidayat. 2017. Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Technopark (Studi Kasus Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 3(2): 368.
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Oirelly Media. USA.
- Zemke, R., C. Raines., dan B. Filipczak. 2000. *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. Amacom Books. New York.