

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyuansyah, F. (2019). *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008-2018.
- Arifin, Z. (2020). Metodologi penelitian pendidikan. *Jurnal Al-Hikmah*, 1(1).
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Arikunto, S. (1998). *Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Br Sitepu, S. N. (2017). Pengaruh faktor internal terhadap keberhasilan start-up bisnis di kota surabaya.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Fadilah, U. N., Haris, A. M., & Achmad, Z. A. (2020). Framing media online cnnindonesia. com dan detik. com mengenai kebijakan transisi di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-17.

- Faradita, T. (2023). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CONTENT MARKETING, DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(7), 89-102.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170-4178.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Khoerunnisa, M. (2024). *Pengaruh Food Quality, Product Variation, dan Content Marketing terhadap Purchase Intention Produk Seniorita Bakeshop* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh content marketing dan event marketing terhadap customer engagement dengan sosial media marketing sebagai variabel moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Noor, J. (2011). Metodologi penelitian. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan hargaterhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan hargaterhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).

- Siti Maryam, S. (2023). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK BEDAK PADAT FIT ME MAYBELLINE* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Jakarta).
- Widijaya, W., Elvinis, J. F., Alvina, A., Santi, A., & Silvana, V. (2021, September). Perancangan Company Profile Dan Marketing Tools Sebagai Alat Perluasan Pemasaran Di Toko Yummybowl. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 3, No. 1, pp. 158-163).
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, *10*(2), 167-176.
- Sutisna, I. (2020). Statistika penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, *1*(1), 1-15.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliiian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Wulandari, N. S. M. I. (2023). *PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN BLENDED LEARNING BERBANTU MEDIA AUDIO VISUAL TERHADAP HASIL BELAJAR EKONOMI SISWA KELAS XI SMA N 4 METRO TAHUN 2022/2023* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Wasy'ah, N., & Oktarici, E. N. (2023). Brand Loyalti Pada Kalangan Generasi Z Terhadap E-Commerce Shopee Di Kota Batam. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, *5*(4).