

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R. (2016). DAMPAK IKLIM ORGANISASI TERHADAP STRES KERJA DAN KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Manajemen/Volume XX, No. 01*, 10.
- Adelia, R. (2023). 3901325PENGARUHCONTENT MARKETING DAN BRAND IMAGETERHADAP MINAT BELI MAFIA GEDANG DIKOTASURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2.
- Agatha, C. (2019). THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON INTEREST TO BUY ORIFLAME CONSUMERS IN MANADO. *Jurnal EMBA Vol.7 No.1*, 3.
- Agustina, R. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, E-WOM,DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO. *Jurnal Ilmiah MahasiswaMerdeka EMBA Vol.2, No. 1, Maret 2023e-ISSN: 2962-0708*, 7.
- Amalia, C. D. (2020). PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM STORIES @LCHEESEFACTORY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *JOM FISIP Vol. 7: Edisi I* , 4-5.
- Andini, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *REPOSITORY STIE INDONESIA STIE JAKARTA*, 9.
- Benowati, S. G. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business Vol 01. No. 02*, 6.
- Cahyaningtyas, R. (2021). PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KONTEN MARKETING PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA. *e- Proceeding of Management : Vol.8, No.5*.
- Diana, F. T. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Fadhilah. (2022). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI Vol 18, No 4*, 511.
- Fasha, A. F. (2022). 2022DETERMINASIKEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADORDAN BRAND

IMAGE(LITERATURE REVIEWMANAJEMEN PEMASARAN). *JMPIS (Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial) Volume 3, Issue1, 3.*

Harahap, D. A. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PAJAK USU (PAJUS) MEDAN. *Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3, 7.*

Hidayat, W. N. (2022, September 06). *Tanggapi Tingginya Minat Akan Skincare, Somethinc Gelar Serum Wonderland di Sarinah.* Jakarta: Kompas.com.

Kumalasari, M. (2022). PENGARUH KONTEN PEMASARAN TOKOPEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI YOGYAKARTA. *JOURNAL COMPETENCY OF BUSINESS*, 81.

Maskuri, M. A. (2019). KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ONLINE. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 16 No. 02, 5.*

Noviandi, A. (2021). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) Vol. 02 No. 1 ISSN : 2745-8547.*

Nursal, M. F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD) Vol.1,No. 3 e-ISSN:2963-0185,p-ISSN: 2963-0142, 7.*

Oktaviani, D. (2023). PENGARUH REVIEWPRODUK DANCONTENTMARKETING PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z. *CAKRAWALA - Repositori IMWI Volume 6 Nomor 4 p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814, 5.*

Paramita, A. (2022). PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATUTE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JMPIS Volume 3, Issue 2, 662.*

Pertiwi, D. (2018). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS PADA KALBIS INSTITUTE . *Jurnal Media Kom, Vol.VIII, No.2, 4-5.*

Pradana, D. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Volume 14 (1), 3.*

- Prasetya, A. Y. (2021). 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.
- Purwati, A. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Vol.11, No.1: 32-46*, 3.
- Puspitasari, P. (2017). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung). *Prosiding Manajemen Volume 3, No 1*, 2.
- Putri, L. H. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN TERHADAP PRODUK NAGET DELICIOUS. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 2*, 3.
- Sariyanti, Tulhusnah, L., & Soeliha, S. (2022). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO RIFKHASIRA DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 5.
- Sinaga, B. A. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan) Vol. 8 No. 2*, 5.
- Sriyanto, A. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari - April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 8 No. 1*, 22.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In P. D. Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (pp. 23-24). Bandung: ALFABETA.
- Titik Inayati, d. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT) Vol. 1, No. 3*, 207.

- Ulumudin, M. I. (2021). PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA PACIFIC NORIS. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 17.
- Wijaksono, W. (2022). ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, GAYA HIDUP, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI GUSTI PONOROGO. *Jurnal MANOVA Volume V Nomor 2*, 10.
- Yusuf Soewadji, M. (2012). Pengantar Metodologi Penelitian. In M. Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (p. 18). Jakarta: Mitra Wacana Media.