

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust* (Tim Qiara Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Awaliyah, Fita, and Tony Susilo Wibowo. (2021). "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi & Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Senewen Surabaya." *Journal of Sustainability Business Research* 2(1):616-24
- Alvionita, V. (2017). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(3), 1-476.
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (ed.); Jilid I). Penerbit Perhalindo.
- Ariestania V.R, & Dwiarta I.M.B. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo. *Journal Unipasby*.
- Aziz, R. (2020). *E-Book Digital Marketing Content*.
- Abdurrahim dan Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal Sains dan Manajemen Kewirausahaan*. Vol3No1. Hal42-47.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Andi Offset.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling Edisi 2*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavior

- Loyalty: A Field Study towards Sport Shoe Consumers in Turkey. *International Journal Of Marketing Studies*.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* (edisi ke-7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyanti, I. dan Fadilla, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Skincare bebbwhite C di Kabupaten Karawang Tahun 2021. *Journal of Management*. Vol5hal143-160.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iswara, G. A. N., & Santika, I. W. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5182. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p18>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71-85.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (edisi ke-1). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th editi). Pearson Pretice Hall.
- Kustini, N. I. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and*

- Accountancy* | *Ventura*, 14(1), 19–28.  
<https://doi.org/10.14414/jebav.v14i1.12>
- Laraswanti, N. dan Setyawati, H. A. (2022). *Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand trust dan variety of selection terhadap minat beli body lotion scarlett whitening*. JIIMBA.
- (Lestary, Rachman, and Wibowo 2022) Arinda, and Tony Susilo Wibowo. 2020. "Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk MakeOver (Pengguna Produk MakeOver Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya)." *Repository Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*.
- Lazuardi, M. I dan Kaihatu, T. S. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Product Knowledge dan Content Marketing terhadap Minat Beli Butuhbaju. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Vol6(4).
- Laksono, A., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Ournal of Management Research*, 1.
- Lestary, Dian Ayu, Mochammad Munir Rachman, and Tony Susilo Wibowo. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Miat Beli Helm Bogo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIPA Surabaya)." *Journal of Sustainability Business Research* 3(2):33–41
- Mardiastika, E. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Film , Efek Komunitas dan Persepsi Harga terhadap sikap menonton dan implikasinya terhadap Minat Menonton*. 1–28.
- Nawawi, H. (2012). *Metode penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Paramita, R.W.D, dkk. (2021). *Merode Penelitian Kuantitatif*. Widya

Gama Press.

- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, VIII(2), 45-57.
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Corporate Image dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 249-264. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/583>
- Populix. (2022).
- Puro, P. (2013). *Content marketing and the significance of corporate branding*.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Puspitasari, P., Tresnati, R., Oktini, D. R., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). Prosiding Manajemen Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung) The Influence of Content Marketing on Customer Interest (Survey on Thirteenth Shoes Customer Bandung). *Manajemen*, Volume 3, 116-121.
- Putra R.R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Image Pembelian Produk Pixy Cosmetics di Carissa Store Surabaya*.
- Rahmawati, J. H. (2021). *Pengaruh brand image, celebrity endorser, country of origin dan electronic word of mouth terhadap minat beli produk kecantikan Korea (K-Beauty): studi pada ....* <http://digilib.uinsby.ac.id/50345/>
- Rangkuti, F. (2012). *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Satriadi. dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.);

- Cetakan I). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Setyalikman, M.D. O. L. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Brand Trust, dan Kualitas Produk Minyak Goreng Sunco Terhadap Minat Beli Masyarakat Suwaluh Sidoarjo. Repository Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Salma, N. dan Yuliar, A. (2020) Analisa Word Of Mouth dan Truth Terhadap Minat Haji Khusus (Studi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta). *Academic Journal of Da`wa and Communication*. Vol.1No2.
- Susilo Wibowo, Tony SE, Vieqy SE Rakhma Wulan, and Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. (2019). "Pengaruh Kualitas Bangunan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Rumah Di Cluster Grand Brangkal Kecamatan Brangkal Kabupaten Mojokerto." 1-9.
- Suryani, S. dan Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*. Vol4No1.
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing*. Greenleaf Book Group Press.
- Siyoto, Sandu, & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Cetakan Ke). PT. Buku Seru.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo, S. B. (2021). *Pengaruh Product Quality, Price, Promotion & Brand Trust terhadap Minat Beli mobil Toyota Pada Toyota*

*Nasmoco tegal*. Universitas Pancasakti Tegal.

Wulandari, A., Basalamah., dan Rahmawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat pembelian Make up Wardah pada Mahasiswa di Kota Malang. *e-Jurnal Riset Manajemen*.

Wijaya, G. P. dan Yulita, H. (2022). Pengaruh Content Marketing, E-WOM, dan Citra merek di media sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*. VolXV(No.2):133-142.

Pektas, S. Y dan H. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, 6(1), 79-88. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.1.0011>