

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Konten pemasaran, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Amalia, C. D. (n.d.). Pengaruh konten pemasaran di Instagram stories@lcheesefactory terhadap minat beli konsumen. *Jom Fisip*, 7(1), 1-11.
- Asnusa, S., & Abdalla, U. A. (2025). Brand Awareness, Brand Image, dan E-WOM terhadap Efektivitas Konten Instagram @honda_digmarpramuka. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1093–1102. <https://doi.org/10.60036/jbm.515>
- Bisri, M. M. H., & Pitoyo, P. (2022). Konten Marketing Instagram dan Brand Image Pada Minat Penggunaan Jasa Perencana Keuangan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 190–205. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1894>
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (n.d.). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista.
- Deo, A. V. P., Hendayana, Y., & Ari Sulistyowati. (2024). Pengaruh Suasana Tempat Dan Gaya Hidup Modern Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coffee Shop: Studi Kasus Pada Etika Coffee. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 106–116. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i1.748>
- Hayati, & Sudarwanto, T. (2024). Pengaruh Konten pemasaran Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Tint Barenbliss. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 273-282. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/63401>

- Iskandar, (2023). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Content Marketing Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada pengguna TikTok yang berbelanja pada Marketplace Shopee).
- Kurniawan, K. J., Reynaldo Wahyudi, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *JURNAL Riset MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Maharani, Y. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing terhadap Purchase Decision dengan Brand Awareness dan Perceived Value sebagai Variabel Mediasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 382–395. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v5i1.1206>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). A Study on the Effects of Sales Promotion on Consumer Involvement and Purchase Intention in Tourism Industry. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12). <https://doi.org/10.12973/ejmste/77903>
- Nabila, V. A., & Habib, M. A. F. (n.d.). Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty.
- Nifita, A. T., Hasbullah, H., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2022). Implementation Of Digital Content Marketing As A Lifestyle Mediation In Purchasing Batik Jambi. 11(01).
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand

- Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>
- Paramita, B. B. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Brand Awareness (Studi Pada Konsumen Produk MS Glow).
- Purba, D. F., & Jahja, A. S. (2024). The Influence of Social Media Marketing Strategy on Purchase Intention with the Mediating Variables of Brand Image and Brand Awareness on Types of Travel Insurance Products in Indonesia. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 3(5), 1097–1124. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v3i5.9317>
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ariescy, R. R. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 405–419. <https://doi.org/10.37479/jeej.v7i1.27117>
- Rangga+438-446. (n.d.).
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada McDonald's di Palmerah Jakarta Barat. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Sabil, S., Hidayat, M., & Asri, A. (2022). Analisis Pengaruh Konten Media Sosial dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lifestyle Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee di Kota Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 658–673. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3456>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>

- Sartika, M. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TikTok di Kecamatan Medan Area.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Sharma, A., Hewege, C., & Perera, C. (2025). Exploring the Relationships Between Behavioural Biases and the Rational Behaviour of Australian Female Consumers. *Behavioral Sciences*, 15(1), 58. <https://doi.org/10.3390/bs15010058>
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 72–83. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.62101>
- Tarigan, M. A. E., Hariyana, N., Haryanto, A. E. P., & Fauzi, I. N. (n.d.). Pengaruh ContentMarketingdan CustomerEngagementTerhadap Brand AwarenessPada REDI.
- Yusendra, M. A. E., & Oktavia, F. (2023). The Effect of Digital Content Marketing and Customer Experience on Brand Loyalty of Nuju Coffee in Bandar Lampung.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Kesadaran merek, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327>