

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Junio Adiwidjaja. 2017. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal Manajemen.
- Agus Sriyanto. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Andreas, R. (2019). *The Big Book of Content Marketing*. New York : Amazon.
- Arif Reza Muharam. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang* (Skripsi universitas Islam Sultan Agung, 2018).
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakri, A. N., & Saputra, I. (2019). *Apakah Citra Merek Dan Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Rabbids Kota Palopo?*. Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness, 2(1).
- Batjo, N., Disman, M., & Sabani, A. (2022). *The Effect of Perceived Quality and Brand Image on Smartphone Purchase Decisions*. Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness, 5(1), 30-42.
- Budi, Triton Prawira. (2016). *SPSS13.0 Terapan : Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Daniel Tanu Wijaya. (2019). *Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Rokok Sampoerna Di Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran Universitas Kristen Petra.
- Devan Ramadhan. *Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak* (Skripsi universitas Islam Negri, 2021).
- Dewanti Pertiwi, Henna Gusfa. (2018). *Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand awareness pada Kalbis Institute*. Jurnal Media Kom. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Eko Supriyadi, Scolastika Mariani & Sugiman. (2017). *Perbandingan Partial Least Square (PLS) dan Principal Component Regression (PCR) untuk Mengatasi Multikolineritas pada Model Regresi Linear Berganda*. Journal of Mathematics.

- Ferdinan. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi.
- Gamble, Stephen. (2020). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Gersom, dkk (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal Manajemen.
- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, Risa Ratna. (2020). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*. Jurnal Ilmiah Manajemen.
- Hollebeek, Linda D. (2019). *Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications*. Journal of Interactive Marketing.
- Kamilia Indah. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid I, Edisi Kesembilan. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- MTARGET. (2019). *Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. <https://blog.mtarget.co/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/> (diakses pada tanggal 10 november 2020).
- Mahmud Yunus, *Terjemahan Al-Qur'an An-Nisa*, Bandung: Al-Ma'arif (2020)
- Muang, M. S. K., Jabani, M., & Masati, R. F. (2022). The Effect Of Cloud And Inbound Marketing On Purchase Decisions For Gold Savings. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 17-31.
- Retry Nanda Tiara Dewi. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Ria Yunita Dewi. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com* (Skripsi universitas Pandanaran Semarang, 2017).

- Samuel, Hatane & Lianto, Adi Suryanata. (2014). Analisis e-WOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,
- Schiffman, L dan L.L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta :PT INDEKS.
- Satria Adi Wicaksono. (2018). *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi Manajemen Universitas Negeri Semarang
- Simanjuntak, Puriska. (2021). Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Inspektur Penerbangan di Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah II. *Jurnal Creative Agung*.
- Sintia, *Terjemahan Al-Qur'an Asy-Syu'ara*, (2019)
- Taufikr Rahman. *Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen coffe go-kopi di kota malang* (Skripsi universitas islam negeri maulana malik ibrahim malang . 2019).
- Thomas Jitas Muninggar. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.
- Vania Sanggetang. 2019. *Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. *Jurnal EMBA*.
- Yohanes Petrus Seran. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Pop Mie*. Skripsi Manajemen Universitas Sanata Dharma.