

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Andika, M. H., Maupa, H., & Munir, A. R. (2022). *Pengaruh Content marketing Dan Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Generasi Z Di Kabupaten Maros)*.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. CV Budi Utama.
- Chan, A., & Astari, D. (2017). The Analysis of *Content marketing* in Online Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(2), 225. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*.
- Fauzana, S. (2020). *Pengaruh Brand ambassador, Brand image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Sunsilk*.
- Fauzia Novianti, K., Studi, P. S., STIE Ekuitas Bandung Fitri Lestari, M., & STIE Ekuitas Bandung, M. (2021). *Pengaruh Brand ambassador dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian pada e-commerce Tokopedia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/2018-2020>
- Ferdinad, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Seri Pustaka.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014a). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014b). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdan, O., Zhen, B. H., Alkharabsheh, M., & Ho Zhen, B. (2021). *The Impact of Content marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on*

- Consumer Buying Decision Process* (Vol. 1, Issue 1).  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Raja Grafindo Persada.
- Kim, S. (Sam), Choe, J. Y. (Jacey), & Petrick, J. F. (2018). The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, *brand image*, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 320–329. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.03.006>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Marketing An Introduction*. Pearson Global Edition.
- Kotler, P., Kartaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia* (Vol. 2, Issue 2). Online.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 01.
- Maulidiyah, R. N. (2021). *Pengaruh Brand image, Content marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap*.
- Milhinhos, P. R. V. (2015). “*The Impact Of Content marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content*” Patricia Raquel Vasques Milhinhos Rio De Janeiro-2015 *Dissertação Apresentada À Escola Brasileira De Administração Pública E De Empresas Para Obtenção Do Grau De Mestre*.

- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and *Brand ambassador* on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>
- Oktavian, D. (2018). Sampel. *Journal Novum*, 1.
- Pilvi, H. (2016). *Degree Programme In International Business E-commerce Payment Methods-From Traditional To Online Store*.
- Pradana, M. (2015). *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-commerce Di Indonesia*.
- Pratminingsih, S. A. (2019). The Influence of Electronic Word of Mouth and *Brand image* on Buying Decision. In *Article in Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* (Vol. 11). <https://www.researchgate.net/publication/334881626>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Setiadi, N. J. (2019). *E-Book; Edisi Revisi Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (January 2010).
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh *Content marketing*, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).  
<Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr>
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1st ed.). Andi.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, A. S., & Ekowati, V. M. (2019). *Riset Manajemen SDM* (Edisi 1). Inteligencia Media.
- Surmawan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Riset Pemasaran dan Kosumen, Panduan Riset dan Kajian ; Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. IPB Press.
- Sutan Ethanova Primolassa, M., Soebiantoro, U., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2022). *Pengaruh Brand ambassador dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Triwardhani, D. (2020). *Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online*. [www.highfive.id](http://www.highfive.id)
- Wang, F., & Hariandja, S. (2016). *The Influence Of Brand ambassador On Brand image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*.
- Wijoyo, H., & Cahyono, Y. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal* (T. A. Marlin, Ed.). Insan Cendekia Mandiri.
- Wulandari, C., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda*.