

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3).
- Afandi, R. (2019). *How To Win Instagram*. Stiletto Book.
- Agustina, R. (2021). Analisis Fundamental, Acuan Investasi Saham Jangka Panjang. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 14–25. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v1i1.360>
- Amalia, L., Sobakh, N., & Indarti, N. (2023). Pengaruh Food Influencer Dan Iklan Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Di Universitas PGRI Wiranegara (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 73–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/neraca.v1i3.198>
- Anandarajan, M., Hill, C., & Nolan, T. (2018). *Practical Text Analytics: Maximizing the Value of Text Data* (1st ed.). Springer Cham. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-95663-3>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astari, N. (2021). A Literature Review: Digital Marketing Trends in Indonesia During the COVID-19 Pandemic. *Channel Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Penerbit Deepublish.
- Azizah, I., & Huda, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6336>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. *International Conference on Technology, Education and Sciences*.
- Cahyadi, N., Junianto, P., Hakim, A. L., Fuadi, F., Nuryanto, U. W., Ketut, A., Nalendra, Pratiwi, I., & Prihatin, J. (2022). *BISNIS DIGITAL : Sebuah Peluang di Era Digital*. Penerbit Adab.

- Dewi, A. K., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Online Customer Review, City Image, dan Perceived Price Terhadap Purchase Intention pada Wisata Kuliner Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(1), 88–100. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i1.2442>
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer Review or Influencer Endorsement: Which One Influences Purchase Intention More? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*.
- Febriani, N. S., & Asmara, W. W. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. UB Press.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (5th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh Customer Review, Customer Rating, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan di Online Shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83.
- Foster, B. (2021a). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Merek*. Bitread Digital Publishing.
- Foster, B. (2021b). *Monografi Wajah Bisnis Ritel Indonesia di Era Pandemi*. Bitread Digital Publishing.
- Ghozali, H. L. I. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4,0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats.id. (2022). *Penyaji Makanan Sehat Pilihan Masyarakat Indonesia 2022*. <https://goodstats.id/article/10-penyaji-makanan-sehat-pilihan-masyarakat-indonesia-2022-5NrSw>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Prima nusantara.
- Hakim, L., Tibrani, & Wibowo, E. A. (2021). *Kewirausahaan*. Cipta Prima Nusantara.

- Hidayat, D. R., Ritonga, R., Maryani, E., Gemiharto, I., Permana, R. S. M., Agustin, H., & Fuady, I. (2019). *Komunikasi Untuk Keberlanjutan Dan Harmoni Dalam Masyarakat Multikultur*. BITREAD.
- Instagram. (2022). *Postingan Instagram Stories @Clarissaputri*. [https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTE3NDMxMDU2MTA1MTI0?story\\_media\\_id=2756825464154035633\\_55007247&igsh=NGNqMTRmcWd3ZmJ2](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTE3NDMxMDU2MTA1MTI0?story_media_id=2756825464154035633_55007247&igsh=NGNqMTRmcWd3ZmJ2)
- Instagram. (2024). *Instagram @Yellowfitkitchen*. <https://www.instagram.com/yellowfitkitchen?igsh=MXEzMzN6a2tsMDRucw==>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).
- Merry, E. M., Ellyawati, N., & Permatasari, I. (2023). *Pengaruh Influencer Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hoolu Burger Di Samarinda*. 3(2), 293–301.
- 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*. <https://hdl.handle.net/10438/16054>
- Pinto, P. A., & Paramita, E. L. (2021). Social Media Influencer and Brand Loyalty on Generation Z: The Mediating Effect of Purchase Intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 4(2), 105–115. <https://doi.org/10.14710/dijb.4.2.2021.105-115>
- Putra, A. P., Maharani, N., & Rohandi, M. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan dan Ulasan Online terhadap Niat Beli di Kopi Janji Jiwa Permata Cimahi pada Aplikasi Gofood. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 57–64. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.5620>
- Rahardjo, J. A., Jeybi, Wijaya, J., Putri, S. A., & Alfonsius. (2023). The Influence of Content Marketing, Brand Awareness, E-WOM and Product Knowledge Towards Purchase Intention (A Case Study on Outside Customers in Medan). *Proceeding of International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*, 3, 244–256. <https://ojs.uph.edu/index.php/IConEnt/article/view/7837>

- Rahayu, A., Utama, D. H., & Novianty, R. (2021). The Impact of Online Customer Reviews on Purchase Intention in Online Marketplace. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 471–477. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.094>
- Rahmawaty, R., & Suharyati. (2024). Pengaruh Ulasan Pelanggan, Influencer, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada E-Commerce Shopee. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 71–90. <https://ejournal.upnvj.ac.id/jye/article/view/7488>
- Rinnanik, Pariyanti, E., Bakhri, S., Buchori, Sulastri, S., Dede, Mardiono, T., Sugiono, Gumanti, M., & Misubargo. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Penerbit Adab.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sadr, M. B., & Madiawati, P. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Yang Dipengaruhi Oleh Brand Image Pada Instagram Mcdonald's Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 139–148.
- Safri, D. N., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Compatibilty Lifestyle Milenial Dan Peran Endorser Influencer Terhadap Minat Beli Pada Pengguna “Tiktok” Shop. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 10–17. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4281>
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- 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), 1–11.
- Shimp, T. A. (2014). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (8th Ed)*.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/journalsostech.v1i9.195>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tabelessy, W., Tamher, E. R., & Sikdewa, L. (2022). Minat Beli Konsumen Kedai Blue Shelter Dipengaruhi Oleh Content Marketing Dan Word Of Mouth. *Equilibiria*, 9(2), 179–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/jeq.v9i2.4524>

- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.  
<https://books.google.co.id/books?id=96NxEAAAQBAJ&lpq=PR1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>
- We Are Social. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Kepios.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Wibowo, A. (2023). *Pemasaran Melalui Influencer (Marketing via Influencer)*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2021). Pengaruh Influencer Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2(2014), 222–230. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3464>
- Yellowfitkitchen. (2022). *Web Yellow Fit Kitchen*.  
<https://yellowfitkitchen.com/testimonicustomer>
- Yunita, N., & Fadlan, A. (2023). The Effect of Content Marketing and Personal Selling on Purchase Intention at Roti Romi Medan. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 4(1), 81–90. <http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>