

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), 325–333. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p325-333>
- Ahyar, S., & Kurniawan, D. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal SWOT*, 11(2), 222–234.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Heidelberg.
- Ajzen, I. (2014). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andreas, A., Ferri, F., Grifoni, P., & Guzzo, T. (2013). Digital eco-systems: the next generation of business services. *Fifth International Conference on Management of Emergent Digital EcoSystems*, 1(1), 40–44.
- Aprianto, N., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Produk PRUlink Generasi Baru Nasabah Prudential Life Assurance Indonesia. *Prologia*, 3(2), 313. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6348>
- Armadani, R. Y., Febrian, A. D., Hidayat, R. D. R., & Kudato, R. V. (2019). The Effect Of Halal Labels And Consumer Trust In Wardah Products On The Purchase Decision Of Millennial Students In East Jakarta. *Advances in Transportation and Logistics Research (ALTR)*, 2(1), 751–757. <http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/ATLR/article/view/235>
- Dahmiri. (2020). Pengaruh sosial media marketing dan brand equity terhadap minat beli. *Kinerja*, 17(2), 194–201. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i1.974>
- Fauzi, S. I., & Aisyah, S. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produksi skincare dan obat herbal pada PT. PLM Jaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1512–1520.
- Firah, A., & Siregar, N. U. (2023). Pengaruh Promotion , Visual Merchandising Dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen. *JaManKu*, 4(2), 1–12.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Groover, Mikel, P. (2010). *Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Process, and systems (4th ed.)*. John Wiley Sons.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. John Wiley & Sons.
- Hardiana, C. D., & Kharisma, D. T. (2025). Pengaruh Pemasaran Konten (Content Marketing) dan (Customer Engagement) Terhadap Minat Beli Menantea Pada Instagram Official Menantea di Jakarta. *JURNAL EKONOMI DAN*

- BISNIS*, 5(1), 86–106.
- Harum, N. S., Boeaya, M. A., Barsua, N. P. E. U., & Gurusinga, W. U. (2022). Analisis Determinan Nilai Ekspor Kopi Indonesia (Dampak Nilai Tukar Rupiah, Investasi Asing Langsung dan Harga Kopi Dunia). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(4), 327–337. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i4.1338>
- Hasan, Y. (2009). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Seni Penjualan Pada Cv. National Opportunity Company (Noc) Group Cabang Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota. *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52. www.kemenperin.go.id
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
- Iriani, N. I., Sasongko, T., & Murti, N. D. (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Sunlifer Financial Cabang Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan AkutansiVol*, 10(2), 155–160.
- Joe, J. R., Louis, H., & Robinson, D. (2009). Managers' and investors' responses to media exposure of board ineffectiveness. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 44(3), 579–605.
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kamanda, S. V., & Syariah, F. E. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk Cimory Pada Sinar Mart. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 66–72.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tonasa Dan Dampaknya Pada Loyalitas Di Kota Makassar* (5th ed.).
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Yau, O. (2008). *Principles of marketing: An global perspective*.
- Kotler, P., & Kartajaya. (2014). *from Traditional to Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, A. T., Utami, A. S., P, P. A. Y., & Yuliasuti, T. (2024). Pengaruh Personal Selling , Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Madu Trigona Montong Salut. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 10(4), 632–639.
- Kusuma, M. (2024). *Pengaruh Content Marketing Dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Beibycih Boutique Medan*.

- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Mcpheat, S. (2011). *Content Marketing*.
- Miliopoulou, G. Z. (2019). Revisiting product classification to examine content marketing practices. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(4), 492–508.
- Nashih, A. R. F. (2017). Pengaruh Lokasi, Atmosphere, Keragaman Produk, Harga dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Alamindo Perkasa, LTD di Kota Kudus). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Pulizzi, J., & Barrett, N. (2009). Get content get customers-Turn Prospects into buyers with content marketing. *Saxena NSB Management Review*, 2(2), 98–100. <https://www.researchgate.net/publication/301224579>
- Putlia, G. (2019). Konsumerisme Mahasiswa Terhadap Maxx Coffee Dalam Kerangka Teori Fetisisme Komoditas Dan Motivasi Hedonis Serta Experiential Marketing. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM*, 2(1), 67–73.
- Ritonga, S. A., Herianto, Muzhaffar, A., & Adib, B. M. (2023). Analysis of design parameters' effect on 3D printed soft pneumatic actuator generated curvature and tip force. *International Journal of Intelligent Robotics and Applications*, 7(4), 752–762.
- Rizal, M., & Efnita, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Fanindo. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–10. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2515
- Rizky, M. ., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(2), 135–143.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Sasongko, T., Rifa'i, M., & Iriani, N. I. (2023). Pemanfaatan Financial Technology Sebagai Sarana Bertransaksi: Sebuah Kajian Minat Konsumen Terhadap Penggunaan Atribut Shopeepay. *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 10(2), 2112–2124.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour* (9th ed.). Prentice-Hall Inc.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). Prenadamedia Group.

- Shandrya, V. K. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk Cimory Pada SinarMart. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 66–72.
- Sitorus, S. A. (2014). Pengaruh promosi dan personal selling terhadap minat beli konsumen pada pt aras dinamika abadimedan. *Informatika : Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu*, 2(1), 51–59.
- Sugiarto, R., Saputro, A. H., & Handayani, W. (2018). Study on venation visualization system using hyperspectral images and multi-layer perceptron classifier. *International Seminar on Research of Information Technology and Intelligent Systems (ISRITI)*, 1(1), 478–482.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research And Development*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, & Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Wahyudi, Dedi, & Aruan, R. T. (2013). Analisis Personal Selling Pada Pt . Prudential Life Assurance Medan. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, 2(2).
- Wahyudi, & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Proses Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk Indihome (Studi Pada Pt . Telkom Witel Semarang) The Influence Of Personal Selling Process On Volume Of Sales Of. Bandung: Universitas Telkom. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis*, 3(2).
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2001), 1–9.
- Wilson, L. (2019). *30-minute content marketing actions*. Emerald Publishing Limited.
- Yonanta, H., & Tresani, N. (2023a). Pengaruh Variasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Tinggal Di Summarecon Serpong. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 379–389.
- Yonanta, H., & Tresani, N. (2023b). Pengaruh Variasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Tinggal Di Summarecon Serpong Hariadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 379–389. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Zaffou, M. (2010). *The Effect of Variety Offering on Demand and Supermarket Competition*.
- Zakaria, M. A., Purwanto, H., & Apriyanti. (2023). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli. *SIMBA: Seminar*

Inovasi

<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6636>

....

Lampiran 1.1 Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN