

## DAFTAR PUSTAKA

- Adoe, Vera Selvina, 2022. *Ajar E-Commerce*. Palu : CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Afriyani Asmara, 2022. Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* di Kalangan Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Aptaguna & Pitaloka, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.
- Chairina Debika Amalia, 2020. Pengaruh *Content Marketing* di *Instagram Stories @lcheesefactory* terhadap Minat Beli Konsumen.
- Croucher, Stephen M., & Cronn-Mills, Daniel, 2015. *Understanding Communication Research Methods : A Theoretical and Practical Approach*. New York : Routledge.
- Danil Prasetio, Rahayu Surasmi, 2023. Pengaruh Konten *Review* pada *Channel Youtube* Gadgetin terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung.
- Deddy Mulyana, 2020. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Rosda.
- Elma Gusdanov. Pengaruh *Influencer* Selebgram Hijaber terhadap Perubahan *Tren Fashion* di Kalangan Remaja Putri di Kelurahan Trimulyo, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Eneng Febry Damayanti Syukur. Pengaruh *Beauty Influencer* Jawa Barat terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Pengguna Media Sosial.
- Evi Husniati Sya'idah, Tontowi, 2022. Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Engagement* pada *testoefl.id*.
- Fathimah Wardah, Albari, 2023. Analisis Pengaruh *Influencer* terhadap Minat beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi.
- Fatimah, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di Ps. Store Medan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(1), 296.

<https://doi.org/10.31604/jim.v7i1.2023.296-304>

H.Imam Ghozali, 2021. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26 Edisi 10. Semarang : Universitas Diponegoro.

M. Anang Firmansyah, 2020. Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur : Qiara Media.

Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @authenticsid). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Novi Tri Hariyanti, Alexander Wirapraja, 2018. Pengaruh *Influencer Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur).

Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>

Schiffman, Kanuk, 2004. Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta : Practice Hall.

Sugiyono, Puji Lestari, 2021. Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal internasional). Bandung : ALFABETA.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev, 2022. *Marketing Management, 16th edition*. Harlow : Pearson Education.

West, Richard dan Lynn H, 2008 *Introducing Communication Theory : Analysis and Application. 3 ed*. New York : McGraw Hill nc.

Zaki, M. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350>

#### **Sumber lain :**

Andi Dwi Riyanto, 2023. Hootsuite (*We Are Social*) : Indonesian Digital Report 2023 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Josh Steimle, 2014. *What Is Content Marketing?* <https://www.forbes.com>.

KBBI, <https://kbbi.web.id/konten>

Neilpatel. Content Marketing Made Simple : *A Step-by-step Guide*. neilpatel.com

Werner Geysler, 2024. *What is an influencer? – Social Media Influencers Defined*  
(update 2024). Influencermarketinghub.com