

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Azriel Rasyidi, Maria Christiana Iman Kalis, Nur Afifah, Bintoro Bagus Purmono, dan Ikram Yakin. (2023). The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention. *South Asian Research Journal of Business and Management* 5(1), 10–18. <https://doi.org/10.36346/sarjbm.2023.v05i01.002>
- Aldila Salsha Nabila, Nelly Nailatie Ma'arif. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion Merchè Di Kalangan Followers Instagrammerche.Id. *Syntax Idea* 3(9), 6.
- Amalia, Chairina Debika. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 7(1), 1–11.
- Andreas, R. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. New York: Amazon.
- Ansari, Sinoka, Ghishwa Ansari, Muhammad Umar Ghor, dan Abdul Ghafoor Kazi. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight* 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Anugrah., Siska. (2025). The Role of Influencer Marketing and Online Customer Review on Brand Attitude in Increasing Brand Loyalty, Brand Awareness, and Purchase Intention in Fashion Brands in Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 10(2), 1897–1907.
- Apriani, Dian Irma, dan Muhamad Bhaihaki. (2024). Strategi Pemasaran Konten Dalam Meningkatkan Interaksi Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah* 12(2), 21–31.
- Baltes, Patruti L. (2015). Content Marketing - the Fundamental Tool of Digital Marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences* 2(8), 111–18. <https://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series>
- Berliandika, Beata, Dessy Isfianadewi, dan Anjar Priyono. (2022). Strategi Sustainable Business Model Innovation Pada Industri Fashion Digital Ilustrasi. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 13(1), 46–60. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3798>
- Diana Tambunan, Ida Hendarsih. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Busana Muslim Merk Zoya Di Rawamangun Jakarta. *Jurnal USAHA* 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1361>
- Elwalda, Abdulaziz, Kevin Lü, dan Maged Ali. (2016). Perceived Derived Attributes of Online Customer Reviews. *Computers in Human Behavior* 56(0),

306–19. <https://doi:10.1016/j.chb.2015.11.051>

Fariq Maulana Aryasa, Mohamad Rifqy Roosdhani. (2024). Artikel Pengaruh Price Discount , Content Marketing , Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok @Ainafashion.Id. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 69–80.

Febriana, Adelia Mariam, dan Ita Pernama. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud Sakinah Hedar. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis* 06(3), 18–32.

Febriani, Nadia Suhaila, Candra Nurdin Nugraha, Nikki Ariela, Stefania Sutrisno, dan Lina Aulina. (2024). Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Brand Awareness Di Sosial Media Tiktok @Rucas.Official. *SUPLUS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3(1), 310–18.

Firdaus, Mukhammad, Siti Aisyah, dan Eka Farida. (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. <https://doi:10.37631/ebisma.v4i1.874>

Hamdan, Omar, Bryan Ho Zhen, Mohammad Alkharabsheh, dan Bryan Ho Zhen. (2021). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process. *CoMBInES - Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* 1(1), 1823–34. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combin/es/article/view/4723>

Handayani, Rani, dan, Hari Susanta Nugraha. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Content Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 13(4), 907–16.

Hidayati, Fitriana Nurul, Dewi Komala Sari, dan Misti Hariasih. (2024). Dampak Content Marketing , E-Service Quality , Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada E-Commerce Shopee. 21(2), 185–94.

Huda, Isra Ul, Anthonius J Karsudjono, dan Ryan Darmawan. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN* 8(1), 32. <https://doi:10.31602/al-kalam.v8i1.4156>

Karundeng, Eunike Febriana, Silvya L. Mandey, dan Debry Ch.A. Lintong. (2023). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Erigo Di Marketplace Shopee Pada Pemuda Gmim Sion Malalayang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11(1), 873–84. <https://doi:10.35794/emba.v11i1.46462>

- Kusuma, Intan Astari, Fajar Dwi, Nur Afifah, Muhammad Gusnanda Ruba dan, Yopi Yudha Utama. (2023). Analisis Manajemen Digital Dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2(1).
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Lopes, Ana Rita, Ipam Porto, dan Beatriz Casais. (2022). Digital Content Marketing: Conceptual Review And Recommendations For Parctitioners. *Academy of Strategic Management Journal* 21(2), 1–17.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, dan Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4(1), 15–24.
<https://doi:10.51713/jamas.v4i1.67>
- M. Amir, Nasution. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* 59 1(59), 10.
- Maharani, Yunia. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *AKADEMIK* 5(1), 20–24.
- Manik, Cindy Megasari, dan Onan Marakali Siregar. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan*. *Journal Of Social Research* (1).
- Melani Putri Anggraini, Hadita, Widi Winarso. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Impulsivebuying Produk Fashion Dengan Mediasi Brand Ambassador Melalui Aplikasi Tiktok Pada Generasi Z. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah* 1(7), 565–70.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, VIII(2), 882-888.
- Misbakhudin, Agam, dan Nurul Komaryatin. (2023). Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 12(2), 293–307.
<https://doi:10.46367/iqtishaduna.v12i2.1572>
- Mo, Zan, Yan-Fei Li, dan Peng Fan. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior.” *Journal of Service Science and Management* 08(03), 419–24. <https://doi:10.4236/jssm.2015.83043>
- Mulyati, Yofina, dan Grace Gesitera. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen,*

- Koperasi, dan Entrepreneurship* 9(2),173. <https://10.30588/jmp.v9i2.538>
- Niswatussolihah, S, Beby Karina Fawzeeza Sembiring, Marhayanie, dan Setri Hiyanti. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Quality Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Parfum Local Brand Hmns Pada Pengguna Instagram Dan Twitter. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)* 2(4), 244–61. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id>
- Nurchasanah, Siti. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Purchase Intention Jam Tangan Casio Dengan Brand Awareness Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa). 1–14.
- Panji Ragatirta, Laurensius Panji, dan Erna Tiningrum. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent* 7(2), 143–52. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Prihadi, Deddy, and Agnes Dwita Susilawati. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3(1), 15. <https://doi:10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Putri Cahya, Ananda Pratama, dan Suyono. (2024). Pengaruh Konten Marketing Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 3(4): 629–35. <https://doi:10.21107/jkim.v3i4.21739>
- Putri, Lutfia eka. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Di Indonesia. 2(1), 11.
- Rachmat, Zul, et al. (2023). Strategi Bisnis Digital Strategi Bisnis Digital Dan Dan Implementasinya Implementasinya.
- Radhin Fauzan Abdillah, Aurora Nendita Pramesti. (2024). Dampak Rating Dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan. *SEMINAR NASIONAL AMIKOM SURAKARTA (SEMNASA) 2024* (November), 1480–94.
- Rathnayaka, Udayangani. (2018). Role of Digital Marketing in Retail Fashion Industry: A Synthesis of the Theory and the Practice. *Journal of Accounting & Marketing* 07(02). <https://doi:10.4172/2168-9601.1000279>
- Salam, Abdul, and Sukiman Sukiman. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen* 11(1), 69. <https://doi:10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Sarman, Rohmat. (2024). Building Excellence Among Muslim Entrepreneurs Through Digital Innovation: The Role Of Capabilities And Knowledge Sharing In The Digital Era. 22(4), 983–1000.

- Shahid, Zarlish, Tehmeena Hussain, dan Fareeha Zafar. (2017). The Impact of Brand Awareness on the Consumers' Purchase Intention. *Journal of Accounting & Marketing* 06(01), 1–4. <https://doi:10.4172/2168-9601.1000223>
- Tumpal Janji Raja Sitinjak, Vivi Slivia. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada. *Public Service and Governance Journal* 4(8), 2622–2205. <https://doi:10.56444/psgj.v4i1.1012>
- Ulfia, Ulfia, Rahmi Rahmi, dan Syaifuddin Yana. (2024). Pengaruh Media Sosial Dalam Transformasi Pemasaran Digital. *JUPEIS: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3(3), 11–17. <https://doi:10.57218/jupeis.vol3.iss3.1123>
- Wibowo, Agus. (2016). Pengantar Pemasaran Bisnis Digital. *Yayasan Prima Agus Teknik*: 2013–15.