

DAFTAR PUSTAKA

- Akifah, A. (2020). Optimalisasi Fungsi Media Sosial dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. *KINESIK*, 7(2), 91–102.
- Al Insani, N., Rafiah, K. K., & Sondari, M. C. (2024). The Effect Of Content Marketing Tiktok @Wardahofficial On Wardah Cosmetic Buying Interest With Attention, Interest, And Desire As Intervening Variables (Case Study of TikTok Users In Bandung City). *International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE)*, 2(3), 64–71.
- Ardiyansyah, M. R. (2025). *Pengaruh Content Marketing Pada Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Tiktok*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Arsawan, I. W. E., Yasa, I. K., Suryantini, N. P. S., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (V. Priya & N. Widiastuti, Eds.; 1st ed.). Nilacakra Publishing House.
- Arsyath, F. A., & Santoso, B. (2023). *Pengaruh Konten Marketing @Haus.Indonesia di Tiktok Pada Minat Beli Konsumen*.
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing pada Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 38–46.
<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayanti, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*

(R. Wujarso, Ed.; 1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
www.globaleksekutifteknologi.co.id

Febriyantje, N., & Hayati, N. (2025). Effectiveness of Content Marketing, Influencers, and Tiktok Social Media on Purchase Decisions. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 8576–8589.

Kamal, M. M., Anah, L., & Ningsih, L. S. R. (2025). Penerapan Strategi Content Marketing dalam Meningkatkan Brand awareness dan Engagement Studi Kasus pada UMKM Kuliner Apelicious di Malang. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Organisasi*, 03(01), 18–29.

Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis* (P. Rapanna, Ed.; 1st ed.). CV. Sah Media.

Khairani, F. F., Umadiyah Indriana, L., Tirabusky, V. D., Dalimunthe, M. A., & Sazali, H. (2022). Penggunaan Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada Followers Mie Gacoan Di Medan). *JURNAL ISO*, 2(2), 181–188. <https://doi.org/10.53697/iso.v2i2>

Manah, M., & Yudhawasthi, C. M. (2024). Digital Storytelling Melalui Media Sosial Tiktok dalam Promosi Kuliner Bekasi. *Scriptura*, 14(1), 25–33. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.25-33>

Nur, I., Sapiri, M., & Nurhidayanti. (2023). Penerapan Model Konsep Digital Marketing dalam Meraup Segmentasi Pasar Melalui Smart Digital Content Marketing. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2), 1279–1291.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; 1st ed.). KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Samuel, S. K. J. (2021). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Pada Efektivitas Iklan Spotify. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2), 22–37.
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing* (M. T. Multazam & M. Darmawan, Eds.; 1st ed.). UMSIDA Press.
- Situmorang, J. R. (2010). Pemasaran Viral-Viral Marketing. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 59–71. <http://www.hotmail.com>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 5th ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Sulaiman, F. G. (2025). Analisis Strategi Content Marketing Media Sosial Instagram Untuk Membangun Brand Awareness di @Campaign.id. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(4), 1–11. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.2855>
- Sulistiawati, S., & Riofita, H. (2024). Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(11), 168–173.

Tjoa, H. B., Sutjipto, C. C., Valerie, V., & Wijayanti, S. H. (2024). Pemasaran Produk dengan Pendekatan AIDA oleh Influencer di Media Sosial TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 7(2), 235–247.

Untari, Dr. D. T., & Satria, B. (2021). *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (R. N. Brilliant & N. Falahia, Eds.; 1st ed.). CV. Pena Persada.

Widyawati, N., Winarni, W., Haryati, T., Sawir, M., Arisanti, S. D., Kasmaniar, Santoso, R., Ilham, S. R. M., Oktasari, E., Rahma, R., & Wijaya, S. (2024). *Ilmu Administrasi Bisnis* (Suwandi, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.