

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim & sangen, M. (2019). *Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin*. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Alfaridzi, F. G. M. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Kopi Titik Koma Rawamangun). *Bab III Metoda Penelitian*, 1–9. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4125>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh content Marketing di Instagram Stories Terhadap Minat Beli. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Amstrong, K. dan. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>
- Anjani, D. D., Ratih Tresnati, & M. Malik Akbar Rohandi. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Sate Cak Ahmad (Survey Konsumen Cak Ahmad di Kota Bandung). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 75–82. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i1.219>
- 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/10.29408/jpek.v6i2.6336>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. In *NBER Working Papers*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2023). pengaruh konten digital marketing dan electronic word of mouth terhadap minat beli di Tiktok Shop. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Chotimah, Hidayati, R. (2022). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Penggunaan Media Youtube dan Kualitas Produk Terhadap Brand Awareness Gitar Elektrik Pada Konsumen CV Sang Adi Musik Indonesia Di Mojokerto*. 45–52. www.fe.unisma.ac.id
- Corry Anestia. (2021, July 16). *GetCraft Memperkuat Posisi Sebagai “Creative Hub” Asia Tenggara*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/getcraft-memperkuat-posisi-sebagai-creative-hub-asia-tenggara>
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., Meliana, V., Manajemen,), Teknologi, I., Kalbis, B., Pulomas, J., Kav, S., & 22, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. *STREAMING Jurnal Manajemen*, 1(2), 1–9.

- Dr. Agung dan Dr. Anik. (2019). *METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF* (M. Dr. I Nengah Suardhika, SE. (ed.)). CV. Noah Aletheia.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. 12–39.
- Ghozali. (2016). *Penelitian Bisnis Teknik dan Analisis Data dengan SPSS-STATA-EVIEWS* (1st ed.). Madenatera. <https://singlelogin.re/book/24159287/4007e9/penelitian-bisnis-teknik-dan-analisis-data-dengan-spps-stata-evIEWS.html>
- Ghozali. (2018). *Memahami Uji F (uji simultan) dalam regresi linear*. Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- James W, Elston D, T. J. et al. (2020). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Kotler. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Kotler dan Keller. (2018). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 / Philip Kotler, Gary Amstrong ; penerjemah: Bob Sabran ; editor: Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani .* Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. <https://inlisite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=21368>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). Relationship Word of Mouth , Advertising and Product Quality To Brand Awareness. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Maheni Ikasari, R. Ayu Suraida, Y. R. (2018). *Analisis pengaruh kesadaran merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar telkomsel*. 1–2.
- Maola, I., & Luthfi, H. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Layanan PT. Sasana Solusi Digital (Studi Kasus Instagram@Marketingstudio. Id) Tahun 2022. *EProceedings of Applied Science*, 8(5), 435–440.
- Masyhuri, M., Magnadi, R. H., & Manajemen, J. (2019). Analisis Pengaruh Customer Experience, Intensitas Periklanan Terhadap Minat Beli Gramedia.Com Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Gramedia Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Mudrajad Kuncoro. (2011). *Metode kuantitatif: Teori dan aplikasinya untuk bisnis dan ekonomi / Prof. Mudrajad Kuncoro, Ph.D.* Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2011.
- Muhammad Abdul Aziz. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan

- Penjualan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, 2(2), 25–35.
<https://doi.org/10.55606/jurrit.v2i2.1802>
- Napitupulu, R. B. T. P. S. (2017). Penelitian Bisnis : Teknik dan Analisis Data dengan SPSS - STATA - EVIEWS Edisi 1. *Populasi*, 14(2).
- Permana, Z. P., & Rd. M. Noor Izzulhaq. (2023). Pemanfaatan Content Marketing dalam Membangun Brand Awareness pada UMKM Mybayleavess Cake Kota Sukabumi. *Ebisma (Economics, Business, Management, & Accounting Journal)*, 3(2), 106–110.
<https://doi.org/10.61083/ebisma.v3i2.32>
- R. Fitalia Gumilang, David PE Saerang, F. V. A. (2021). *PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER DAN FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP BRAND AWARENESS IKLAN TIKTOK*. 2(4), 184–196.
- Rudjito. (2023). *UMKM*. Kelurahan Kemijen. <https://kemijen.semarangkota.go.id/umkm>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Satoto Eko Budi, Hidayatullah, R. D., & Murtaliningtyas, W. (2023). Study Empiris Kepuasan Pelanggan Terhadap Cafe Wm (Warungmu) Wuluhan Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 52. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2626>
- Sigit Hermawan, W. H. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif dan Kualitatif)* (M. P. M. Tanzil Multazam, S.H., M.Kn. Mahardika Darmawan Kusuma Wardana (ed.)). UMSIDA Press.
<https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/1318/1090>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Teknik pengumpulan Sampel. *Purposive Sampling*.
https://deepublishstore.com/blog/teknik-pengambilan-sampel/?srsltid=AfmBOor0xgmhmbGc--o9H_GK3UemmUxFYEX7DDvXP2BC1mC9i5CBkzYQ
- Sugiyono. (2020). Pengertian populasi. *Pengertian Populasi*, 6–22.
- Sugiyono. (2022). *Populasi dan Sampel Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Store.
<https://deepublishstore.com/blog/pengertian-populasi-dan-sampel/>
- Sumarsono, A., Sudaryanti, D., & Taqwiem, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, AKSES PEMBIAYAAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BTPN SYARIAH (Studi Pada Nasabah BTPN Syariah di Kec. Dau, Kab.Malang). *Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 1–12.
- Tika Sulistiyorini. (2022). *BAB I PENDAHULUAN A. Latar Belakang Masalah Perkembangan*. 1(1), 1–49.
- Tinaria, L. (2022). Pengaruh Persepsi, Kualitas Dan Tagline Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Downy Pada Masyarakat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 2(1), 101–109.
<https://doi.org/10.56870/ambitek.v2i1.39>

Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 105–116.

Warnaen, A., Solichah, J. M., & Prasetyo, H. (2023). Content Marketing Instagram untuk Membangun Brand Awareness Produk Susu. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 25(1), 17–27. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/AGRITECH/index>

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>

