

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., D Massie, J. D., Mandagie, Y., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *PENGARUH CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FEB UNSRAT DI E-COMMERCE SOCIOLLA THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS FOR FEB UNSRAT STUDENTS AT E-COMMERCE SOCIOLLA*. 10(3), 225–236. www.sociolla.com.
- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022a). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City) Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- AHMAD JAMALUDIN AL KHOIRI. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING, BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Ambar Lukitaningsih, & Firti Lestari. (n.d.). *Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan*.
- An Nisaa' Shabrina. (2024). *Pengaruh Lingkungan Sekolah Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kreativitas Guru PNS Di SDN Teluk Pucung Bekasi Utara*.

- Cahyani, G., & Aulia, P. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Konten Marketing Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty (Studi Kasus Pada Konsumen Camille Beauty di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 495–501.
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2023). *THE INFLUENCE OF PRODUCT REVIEWS AND MARKETING CONTENT ON TIKTOK ON SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA PURCHASING DECISIONS*. www.mediaindonesia.com
- Derby Juliana Osak. (n.d.). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS*.
- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021b). Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560. <https://doi.org/10.29210/020211245>
- Faradasya¹, C. I., Trianasari, N., Si, S., & Stat², M. (n.d.). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR KPOP STRAY KIDS DAN BRAND IMAGE THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR KPOP STRAY KIDS AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS (STUDY CASE OF E-COMMERCE SHOPEE)*.
- Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KAWULA MUDA BEKASI TIMUR. *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2756–2774. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>
- Firti Lestari. (n.d.). *Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone*.
- Hamida, H., & Ar-Rasyi, A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel*

Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang)
(Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/61132/rimba.v2i1.556>

Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang)*.

Hikmah, N., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). The Influence Of Brand Ambassador Refal Hady And Viral Marketing On Tiktok @Avoskinbeauty Accounts On Purchasing Decisions For Avoskin Skincare Pengaruh Brand Ambassador Refal Hady Dan Viral Marketing Pada Akun Tiktok @Avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Kolinug, M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (n.d.). PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI) THE EFFECT OF AMBASSADOR BRAND AND BRAND IMAGE ON REVLON COSMETIC PURCHASE DECISION (CASE STUDY ON SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS). In *101 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).

Lailiya, N. (2020). *IQTISHADEquity Prodi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA* (Vol. 2, Issue 2). ONLINE.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN E-WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION JINISO.ID DI MARKETPLACE SHOPEE*. 2(3).

- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2021). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIK-TOK DI WILAYAH DKI JAKARTA*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Maria Agatha. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung)*.
- Marintan Damay Yanti Siahaan. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). PERAN INFLUENCER DALAM KONTEN MARKETING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAYBELLINE. *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2791–2805. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.904>
- Naomi Charissa Simanjuntak. (2024). *Pengaruh Affiliate, Content Marketing dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Perempuan Gen Z di Bekasi Selatan*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH FLASH SALE, LIVE SHOPPING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Rahmawati, N., Winarso, W., Meutia, K. I., Handayani, M., & Wijayaningsih, R. (2024). *Pengaruh Influencer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2(2), 328–338. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1636>
- Ramdan, A. M., Fikri Maulana, M., Revinzky, M. A., Bisnis, A., Pasundan, U., & Padjajaran, M. U. (2022). *Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla*.
- REY STEPANUS GINTING. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN CONTENT MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE (STUDI KASUS PADA DESA SUMBER MELATI DISKI)*.
- REZA MAULANA BARATA. (n.d.). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Rizky Kurniawan Murtiyanto. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHATIME DI KOTA MALANG*.
- Sigar, D., Soepeno, D., Tampenawas, J., Doddy Sigar, O. :, Soepeno, D., Tampenawas, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado,

R. (2021). *THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, VIRAL MARKETING AND BRAND TRUST ON THE PURCHASE DECISION OF NIKE SHOES AT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNSRAT STUDENTS*. 9, 841–850.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

