

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama Angger Roni. (2020). *Pengantar Manajemen*.
- Aditria Donan, Digdowiseiso Kumba, & Nurwulandari Andini. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8 (1).
- Amalia Debika Chairina. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen (Vol. 7).
- Amru R. (2022). Pengaruh Co-Branding Dear Me Beauty dan Kfc Terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi Kuantitatif Followers Instagram @Dearmebeauty).
- Anam Chairul. (2024). Analysis of Factors Influencing Consumer Purchase Decisions on E-Commerce Platforms in the Digital Era. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 783–791. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Andika Hadi Muh. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.
- Army Abdillah, W., & Gifarian Khaulani, D. (2020). The Effect of Co-Branding on Purchasing Decisions in the Indonesia Ice Cream Industry. *Journal of Economic Studies (JoES)*, Vol 4 no 1. <https://doi.org/10.32506/joes.v4i1.648>
- Ashrori, T. I., & Santosa, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Co-Branding, Harga Produk dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal Aerostreet Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12 (1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat beli Kfc Golden City Bekasi di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2).
- Budianto Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett

Whitening By Felicya Angelista. *EProceedings of Management*, Vol 8 no 5. www.mediaindonesia.com

Daroini, F., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Product Innovation, Kolaborasi Brand dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Purchasing Decision Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 174–184.

Devanny Indira, Tertia Siti Nandinani, Afifah Bunga Raulia, & Meliana vina. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. *STREAMING Jurnal Manajemen*, 1 (2).

Elvinayanti Putu Luh, Wimba Ayu Gusti I, & Premayani Wina Wayan Ni. (2024). *Pengaruh Content Marketing Penggunaan TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dimediasi Minat Beli Konsumen di Kota Denpasar* (Vol. 4, Issue 2).

Fajrina Chairunnisa. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pada Indomobil Datsun Adam Mali Medan. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6938>

Fakhrudin Hanif Sulthan, & Dewi Shinta Reni. (2020). Pengaruh Co-Branding dan Customer-Based Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Co-Branding Produk Stockroom-Oldblue di Jakarta). *Jurnal Ilmh Administrasi Bisnis*, 9(3), 360–368.

Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Jumawan. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin (JSMD)*, Vol. 1, No. 4(2987–0380). <https://doi.org/10.38035/jsmd.v1i4>

Febriyani Eka. (2023). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Daya Tarik Promosi Media Sosisal Instagram Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Aerostreet.

Frاندhana, A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pada Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Parfum Refill di Toko Inc.Redible. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i1>

Ghozali, I. , & L. H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis*. (8th ed.).
- Hana, A. (2021, May 29). *Jurus Adhitya Caesarico Dongkrak Penjualan Aerostreet*.
- Hanafuki, A., Yusfara Zsa Erene, Putri, L. A., & Septiyaningsih Sylfi Ranita. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening*.
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmial Ekonomi Islam*, Vol 7 (3).
- Indrasari Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: *pemasaran dan kepuasan pelanggan*.
- Iriani Ida Nur, Sasongko Totok, & Murti Dewi Novianti. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Meteor Cell Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi* Vol, 10(2), 155–160.
- Izza, F., & Supriyadi, A. (2023). The Effect of Co-Branding, Brand Trust, and E-WOM on Interest in Buying Aerostreet Brand Shoes on Adolescents in Kudus Regency. In *JEBISKU* (Vol. 1, Issue 2). <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/index>
- Keller, Kevin Lane, & Swaminathan V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (V).
- Kemp Simon. (2024, February 21). *Digital Indonesia 2024*.
- Kotler P, Kartajaya H, & Setiawan I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Kottler dan Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*.
- Mulia Kurniawati, H., & Primadini, I. (2022). *Dampak Komunikasi Efektif melalui Konten Media Sosial @yellowfitkitchen terhadap Minat Beli*.
- Nada Febyola, Ramadhayanti Ana, & Masahere Usran. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1 (1). <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>

- Nasta'in, A. F., Samad, A., & Sujatmiko. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 38–52. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.211>
- Navilah, I. A., Wardani, A. K., P, I. B., A, M. S., & A, P. P. (2023). Pengaruh Kolaborasi Sepatu Aerostreet Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1(2), 154–162. <https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.773>
- Nurayni, V., Nurhajati, & Wahono, B. (2022). Pengaruh Jasa Paid Promote Dan Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Bromel Nyoklat). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 11 (19). www.fe.unisma.ac.id
- Oktaviani Desy, & Haliza Nur. (2023). Pengaruh Review Produk dan Content Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6 (4).
- Prasetyo Aji Yohanes. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Aerostreet.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP*, Vol 3 (1)(2775–9679).
- Putra Maha Segara Andre, Ali Hapzi, & Nursal Fadhli M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Ulang Umkm Pecel Lele Yopi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2 (1).
- Putri M. (2019). Pengaruh Co-branding terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Bandung (Studi kasus Torabika Cappuccino dengan PUBG Mobile). In *Repository unpar*.
- Qorie Isnaen Fadilla, & Jamiati KN. (2023). Pengaruh Co-Branding Dear Me Beauty X KFC Terhadap Keputusan Pembelian. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1 (4), 193–202. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.558>
- Rosa Faramitha, N., & Hidayat Taopik. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung di Neo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).

- Sa'adah Lailatus Choiriyah Zulfatul. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam*.
- Setiawan, J. A., & Asiyah, B. N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Collaboration Branding, dan Harga terhadap Minat Beli Virtual Skin pada Pemain Game Online Mobile Legends: Bang Bang di Kabupaten Blitar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 20(1), 09–23. <https://doi.org/10.29313/performa.v20i1.10900>
- Setiawan Ragil Restu, & Rubiyanti Nurafni. (2023). Analisis Pengaruh Co-Brandinguniqlo Dan One Piecefilm Red Terhadap Minat Beli Fans One Piece (Nakama). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20 (2), 367–382. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Solihin Dede. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4 (1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Manajemen*.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.
- Tito, A. C. P., & Stefani, S. (2023). Pengaruh Strategi Brand Collaboration Terhadap Purchasing Decision Pada Industri Minuman Kekinian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13 (1), 55–64. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.952>
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia.
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
- Ulfa, R. (2020). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan: Vol. 1 (1)*.
- Victor Kamanda, S. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Al Amal*, 2(2964–9900), 1–7.

- Wahyuni, S., & Andy. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dengan Dimensi Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Lokal Sepatu Compass Kota Tangerang. *NIKAMABI: JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 1 (2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Wahyuni, S., & Saifudin. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Journal of Management and Sharia Business*, Vol 03 No 01. <https://doi.org/10.31602/al>
- Wayan, N., & Premayani, W. (2024). Pengaruh Content Marketing Penggunaan TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dimediasi Minat Beli Konsumen di Kota Denpasar. 4(2), 212–220.
- Wibowo Wahyu Ary. (2020, December 21). *Produsen Sepatu Lokal Klaten Ini Melejit saat Pandemi, Gibran-Kaesang Ikut Pesan*.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun penelitian kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis (Ilalang (ed.))*.
- Yu, Y., Rothenberg, L., & Moore, M. (2021). Exploring young consumer's decision-making for luxury co-branding combinations. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(3), 341–358. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2019-0399>