

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on branding*. Morgan James Publishing.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). Manajemen Pemasaran. Cet. Ii. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Chin, N., Cheah, Y. Liu, P. Gong, M. Hertogh, dan M. König. 2020. *Do Right PLS and Do PLS Right: A Critical Review of the Application of PLS-SEM in Construction Management Research*. *Frontiers of Engineering Management*. 8(3) : 356-369
- Frost, R., Fox, A. K., & Strauss, J. (2018). *E-marketing, eighth edition*. In *E-Marketing, Eighth Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315189017>
- Ghozali, & Latan. (2020). *Partial Least Square (Konsep, Teknik Dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Univesitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In *Pearson Edition Limited*.
- McPheat, S. (2017). *Influencing and Persuasion skills*. In *Ebook*.
- Moshinsky, M. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontenporer*. In *Alfabeta*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik* . In *Deepublish*.
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*. In *Andi*.
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan Amos 24*. *Elex Media Kumputindo*, 13(1).
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sarwono, J. (2015). *Mengenal Pls-Sem*. *Jurnal Dampak Pada Nilai Tukar*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D*. In Alfabeta Bandung

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Bisnis Pemasaran*. In Yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. In Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

### **Jurnal**

Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).

Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1). <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26322>

Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>

Akbar, A. F., & Maharani, N. (2018). *Prosiding Manajemen Pengaruh Content Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Jasa Kreatif Yours Bandung* *Effect of Content Marketing on Buying Interest Consumers at Yours Bandung Creative Services*. *Prosiding Manajemen*, 4(2).

Amalia, C. D. (2020). *Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @lcheesefactory terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jom Fisip*, 7.

Ananda, I. G. N. Y. A., & Wisudawati, N. N. S. (2022). *The influence of social media marketing, content marketing and brand image on instagram toward buying interest (a case study on consumer at dahlia beauty salon)*. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 10(1).

Andari, P., & Sumiyarsih, S. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust , dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK merek OXGNDW (OXY)*. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1). <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1591>

Andini, P., & Rahardjo, S. T. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Hyundai i20 (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Hyundai i20 di Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*, 1(2).

- Astuti, C. W. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02).
- Danli Gao. (2018). *Research on the Influencing Factors of Customer's Purchase Intention in the Context of Content Marketing*. Published by Atlantis Press. DOI: 10.2991/icesem-18.2018.277
- Dwintri Nata, S., & Sudarwanto, T. (2022). *Effectiveness of Brand Image, Content Marketing, and Quality Product on Purchase Decision of J-GLOW Products*. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2448>
- Fauziyah, S. (2016). *Pengaruh brand trust dan brand equity terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik wardah (survey konsumen pada PT. paragon technology and innovation cabang Pekanbaru)*. *Jom Fisip*, 3(2).
- Febrianti, N., & Widiartanto. (2018). *Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo)*. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL Tahun*.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). *Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran)*. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p111>
- Hanaysha, J. R. (2022). *Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator*. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan mpel Al-Aly UIN Malang TA 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(1).
- Hipwell, K., & Reeves, M. (2013). *How to use content to grip your audience like a broadcaster*. *Journal of Brand Strategy*, 2(1).

- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (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). <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Insan, I. A., & Ramli. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Produk Cepat Saji pada Kentucky Fried Chicken MTOS di Makassar*. *Brand*, 1(2).
- Junia, Y. I. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12792>
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (2019). *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4). <https://doi.org/10.1023/A:1009886520142>
- LPPI & Bank Indonesia. (2020). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: LPPI dan Bank Indonesia, hlm. 15
- Maesaroh, Syti Syarah. (2020). *“Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Kota Tasikmalaya melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Geografis (SIG)”*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Vol. 11 No. 1(2020)*
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). *Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli*. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1).
- Nia, I., & Mudiantono. (2019). *Analisis pengaruh kepuasan dan brand trust terhadap minat beli ulang pantene (studi pada “young female” semarang)*. *Diponegoro journal of management*, 5(3), 1–10. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021). *The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store)*. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3).
- Nurlita, S., & Ernawati, S. (2021). *Analisis Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Toko Jelita*. *Economics and Digital Business Review*, 2(2). <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.84>
- Open Data Jabar. (2023). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/ Kota di Jawa Barat*, <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikrokecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat> Diakses Pada 28 Juli Pukul 22.00

- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). *Keputusan pembelian produk fashion secara online ditinjau dari motivasi emosional konsumen dewasa awal. Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2). <https://doi.org/10.47007/jpsi.v20i2.281>
- Pratiwi, D., & Rachmi, A. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks (Studi Pada Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi. Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 6(1).
- Purwanto, Agus. (2022). *How The Role of Digital Marketing and Brand Image on Food Product Purchase Decisions? An Empirical Study on Indonesian SMEs in the Digital Era. Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2022.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). EXCELLENT*, 7(2). <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Ramadhan Irianto, D. (2020). *Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang). Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1).
- Sangen, M., & Abdurrahim. (2019). *Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 3(1).
- Sarstedt, M., Hair, J., & Ringle, C. M. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, [https://www.researchgate.net/publication/319669432\\_Partial\\_Least\\_Squares\\_Structural\\_Equation\\_Modeling](https://www.researchgate.net/publication/319669432_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling)
- Shadrina, N. R., & Sulistyanto, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). Diponegoro Journal of Management*, 11(1).

- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3). <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28149>
- Soltani, M., Esfidani, M. R., Jandaghi, G., & Soltaninejad, N. (2016). *The Effect of Service Quality on Private Brand Image and Purchase Intention in The Chain Stores of ETKA*. *World Scientific News*, 47(2).
- Sumarwan, U., & Palupi, E. (2017). *Preferensi Konsumen terhadap Buah-Buahan Lokal dan Organik serta Implikasinya terhadap Pendidikan Konsumen Cinta Produk Nasional*. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(2), 157–168. <https://doi.org/10.24156/jikk.2017.10.2.157>
- Suprpti, L. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Awareness , Perceived Value , Organizational Association Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. *Skripsi*.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2022). *Aplikasi Metode SEM-PLS*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- 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). <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening*. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). *The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions*. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1). <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Willy, W., & Nurjanah, S. (2019). *Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1820>
- Wong, K. (2013). *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*. *Marketing Bulletin*, 1-32.
- Wydyanto, W., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2021). *Determination Of Trust And Purchase Decisions: Analysis Of Brand Image And Price (Marketing Management Literature Review)*. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i3.745>