

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A, et al. 2021. “*Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z*”. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), 15-28.
- Brown, D. & Hayes, N. 2008. *Influencer Marketing Who Really Influences Your Customers?*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing* (1st ed.).
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). *More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing*. *Business Horizons*, 63(4), 469–479.
- Chan, A., & Astari, D. (2017). *The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(2), 225.
- Dewanti Pertiwi Dan Henni Gusfa “*Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalibis Institute*” *Jurnal Media Kom*, Vol. VIII, No 2, Desember 2012, 48.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Ilmu, J., & Manajemen, R. (n.d.). *Pengaruh Lingkungan Sosial , Promosi , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Item Game Mobile Legends Pada Komunitas Mobile Legends Surabaya Fadi Hasa Miva Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

- Indriani, I. (2020). *Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Perilaku Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*. 1–88.
- J.Paul Peter & Jerry C. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2.penerbit salemba empat. Jakarta.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kiranawati, S. (2021). *Pengaruh Content Marketing Pada Viral Marketing Dan Customer Engagement Pengguna Tokopedia Di Yogyakarta*. Repository.Usd.Ac.Id,1–85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretince Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2014), *Principle of Marketing*, 15th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. (Alih Bahasa Benyamin Molan). Erlangga. Jakarta.
- Kucuk, S. U., & Krishnamurty, S. (2007, Februari). *An Analysis of Consumer Power On The Internet*. *Technovation*, 27, 47 – 56
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kurniawan, James (2019). *Efektivitas Influencer pada akun Instagram Pullman Jakarta Central Park*. Bachelor thesis, Podomoro University.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Peter, J. P. dan J. C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.

Edisi Kesembilan. Cetakan Kedua. Salemba. Jakarta.

- Pulizzi, Joe. 2014. *Epic Content Marketing: How To Tell A Different Story, Break Through The Clutter, And Win More Customers By Marketing Less*. New York: McGraw-Hill.
- Purba, Jonny. 2005. *Pengelolaan Lingkungan Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Saifullah, H., & Asnawi, N. (2024). Pengaruh Event Marketing “Social Media Expert Series” Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Pada Produk Practicclass By Ngalup. co. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 7142–7153.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada PEGIPEGI di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi, Cetakan ke-4. Jakarta : Kencana.
- Setiyawan, alif febr. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial, Content Marketing, Influencer dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Item Game Mobile Legends di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, 15(1), 37–48.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang)*. 11, 1 11.
- Siregar, Syofyan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dn SPSS*. Jakarta:Kencana.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sutikno. (2013). *Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen*. Artikel.
- Sutrisno, F. R., & Mashariono. (2020). *Pengaruh iklan, lingkungan sosial dan harga terhadap keputusan pembelian item game mobile legends pada mahasiswa stiesia surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–20.
- Sya'ban, A. Z. N. (2020). Pengaruh Event Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Diamonds Mobile Legends Dengan Variabel Motivasi Sebagai Mediasi. In *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>