

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdillah, W. and Jogiyanto (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Akbarsyah, A. (2012). *Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea Di Kota Bandung Tahun 2012*. Universitas Telkom.
- Alvi, M. (2016). *A Manual For Selecting Sampling Techniques in Research*. Karachi: Iqra University.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bertrand, M. et al. (2009). *What's Advertising Content Worth? Evidence from a Consumer Credit Marketing Field Experiment*. 58.
- Cooper and Schindler, P.S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Durianto, D., Sugiarto and Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadlullah, K. (2019). 'Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), pp. 203–216.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Frost, R. and Judy, S. (2016). *E-Marketing*. New York: Routledge.
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius (2011). *30-minute Social Media Marketing*. New York: McGrawHill Companies.

- Hadley, A. and Chapman (2011). *Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, eBooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Haryanto, J. (2009). Brand Awareness dan Tanggapan Pemirsa Terhadap Penggunaan Selebritis dalam Iklan, *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 1(8), pp. 191–208.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. 1st edn. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Huda, I.U., Karsudjono, A.J. and 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), pp. 32–40.
- Humdiana (2005). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka.
- Joe, P. and Barrett, N. (2009). *Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing*. New York: McGraw Hill Education.
- Juliana, S. and Sihombing, S.O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), p. 19. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>.
- Keller, K.L., Parameswaran, M.G. and Jacob, I. (2019) *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Education.
- Keller, K.L. and Swaminathan, V. (2020) *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 5th edn. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition*. 17th edn. London: Pearson Education.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: PT Indeks.
- Margono (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Milhinhos, P.R.V. (2015). *The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content*. FGV EBAPE Rio de Janeiro.

Notoatmodjo, S. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.

- Pertiwi, D. and Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8(2), pp. 45–57.
- Prihatiningsih, W., Suyitno, S. and Rosiawan, R.W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada S2 Komputer Paciran-Lamongan. *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 1(1), pp. 59–82.
- Rachmawati, W. (2019). Pengaruh Green Accounting Terhadap MFCA dalam Meningkatkan Keberlangsungan Usaha Serta Resource Efficiency Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Peraih Penghargaan Industri Hijau Yang Listing di JII). *Tirtayasa Ekonomika*, 16(1).
- Ramos, A. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. New York: Amazon.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schivinski, B. and Dabrowski, D. (2015). The Impact of Brand Communication on Brand Equity Through Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(1), pp. 31–53.
- Semuel, H. and Lianto, A.S. (2014). Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), pp. 7–54. Available at: <https://doi.org/doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.7-54>.
- Setiadi, N.J. (2003). *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi, N.J. (2016). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Singarimbun (2011). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soim, F.M., Suharyono, S. and Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Kartu Perdana Simpati Di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(1), pp. 146–153.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waoma, G. and Hartono, B.D. (2020). Brand Awareness Properti : Analisis Content Marketing Dan Social Media (Kasus : Citra Garden City Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Publik (JMBP)*, 1(2), pp. 41–47. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.22236/jmbp.v1i1.5698>.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. California: O'Reilly Media, Inc.
- Winadi, J.S. (2017). Hubungan Word of Mouth Dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal e-Komunikasi*, 5(1), pp. 1–12.

- Andre Danio Hasiholan Silalahi. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Furendori Betta Jakarta Selatan). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, 10(2).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS-Imam Ghozali-2018. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2015). Dasar-Dasar Eonometrika. In Ekonometrika.
- Lowther, J., Keller, G., & Warwick, B. (1997). Statistics for Management and Economics. The Journal of the Operational Research Society, 48(9). <https://doi.org/10.2307/3010500>
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. Jurnal Media Kom, VIII(2).
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata sumandi. (2008). Metodologi penelitian/sumadi suryabrata. Jakarta: Raja Grafindo Persada