

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). Manajemen ekuitas merek. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press
- APJII. (2019). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. Apjii, 51. Retrieved from www.apjii.or.id
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arti Sukma Lengkawati, Taris Qistan Saputra. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Manajemen* Vol.18 No.1
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Publikasi Usaha Perhotelan/Akomodasi Tahun 2022 Oleh BPS Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia*. Retrieved from www.bps.go.id
- Chairina, D.A. 2020. Pengaruh *Content Marketing* di *Instagram Stories @Lcheesefactory* Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Devi, E. (2018). Pengantar akomodasi dan restoran (1st ed.). *deepublis publisher*.
- Dewanti Pertiwi dan Henni Gusfa. 2018. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom* Vol.8 No.2
- Firda Ramadayanti. 2019. Peran *Brand Awereness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura Vol. 6 No.2
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gunelius & Susan R. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). 15(1), 133–146.

- Isra Ul Huda, Anthonius J. Karsudjono, Ryan Darmawan. 2021. Pengaruh *Content Marketing Dan Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* Vol.8 No.1
- Kim, S. (Sam), Choe, J. Y. (Jacey), & Patrick, J. F. (2018). *The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, brand image, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. Journal of Destination Marketing and Management*, 9(3), 320-329.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education
- Kristiawan, T. A., & Keni. (2020). Pengaruh *Packaging, Social Media Marketing, dan e-WOM* terhadap Keputusan Pembelian Busana *Brand Lokal*. *Manajemen*, Vol 15, No. 2.
- Miliopoulou, G. Z. (2019). *Revisiting product classification to examine content marketing practices. Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(4), 492–508.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2019). *Perilaku konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Muh Hadi Andika. 2022. Pengaruh *Content Marketing Dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Generasi Z di Kabupaten Maros). Skripsi Manajemen Universitas Hassanudin Makassar.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian* (Amirullah (ed.);
- Rizma Ismaya. 2021. Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Awareness* sebagai Variabel *Intervening* Pada Praketa *Coffee Shop* Purwokerto. Skripsi Pariwisata Universitas Pendidikan.
- Robhittur Rohmi Achmad. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Sepatu Compass. Skripsi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
- Rossanty, Yossie dkk. 2018. *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). *Pengantar manajemen dan bisnis*. Yogyakarta: K-Media.

- Salsabila Fadhillah, Chasanah Alfa Muhibuddi, dan Fuad Wahdan. 2022. Analisis Efektivitas *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk HeyGurl.
- Septiono, Yosea, Astuti, & Tri. 2022. Analisis Pengaruh Viral *Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Konsumen McDonald's di Semarang) Skripsi Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sidik, Arizaldi & Kusumawati. 2021. Pengaruh *Social Media Marketing*, *Influencer Marketing* dan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Sifa Nur Uyuuna & Renny Dwijayanti. 2022. Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada JEMPPER Mahasiswa FEB UNESA. Jurnal JEMPPER, Vol 1 No. 2.
- Solomon, Michael R. 2018. *Consumer Behavior Buying, Having and Being, 12 ed.* Pearson Education. Boston.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D, Alfabeta Bndung
- Taufikur Rahman. 2019. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Konsumen Caffe Go-Kopi di Kota Malang). Skripsi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Tika Sulistorini. 2022. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Sociolla (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- Wardhana, Aditya, et al. (2019). Riset Pemasaran. Bandung: Anugrah Adi Cipta.
- Yazgan Pektas, s., & Hassan, A. (2020). *The effect of digital content marketing on tourists' purchase intention. Journal of Tourismology*, 79–88.
- Za, S. Z., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D. C., & Achmad, G. N. (2021). *Storytelling marketing, content marketing, and social media marketing on the purchasing decision. Article in Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) Humanities and Social.*