

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, A., & Sangen, M. (2019). *Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin*. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 42-47.
- Adhawiyah, Y. R., Anshori, M. I., & Fathor, A. S. (2019). *Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo)*. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 267-281.
- Agustyani, D. (2019). *Pengaruh Isi Pesan Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Rachelvennya (Survey Pada Followers Akun Instagram @Rachelvennya)*. (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Aji, A. B. B. (2015). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu*. (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Akbar, Ahmad Fauzi, & Maharani, N. (2018). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen pada Jasa Kreatif Your Bandung*. *Jurnal Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 4(2).
- Alviah, S. & Firmansyah, A. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 1(1).
- Amalia, Chairina Debika. (2020). *Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jom Fisip*, 7(1).
- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. *Jurnal Quanomic*, 3(02), 10-18.
- Amartin, L. A. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @Explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten (Survey Pada Followers @Explorebanten)* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Ambarwati, M. (2015). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)*. (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Amelia, W. A. (2020). *A Brand Image of E-Commerce's Buying Interest*. *Journal of Economic Studies*, 4(1), 44-50.
- Amri, M. S., & Wahyudin, H. M. (2021). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Compass (Studi Kasus Konsumen Sepatu Compass di Kota Surakarta)*. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Andih, D. C. (2018). *Peran Media Sosial (Facebook, Instagram, Youtube) Dalam Menarik Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill Kab. Minahasa Prov. Sulawesi Utara*. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 13(1).

- Andrew, M. (2019). *E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest*. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23-38.
- Anshari, S. (2013). *The Affect OF Sales Promotion On Consumer Interest To Purchase In Ikco Automotive Company*. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J. Co Donuts & Coffee di Resinda Park Mall Karawang Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 2024-2045.
- Aprianto, N., & Candraningrum, D. A. (2020). *Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Produk PRUlink Generasi Baru Nasabah Prudential Life Assurance Indonesia*. *Prologia*, 3(2), 313-319.
- Apriliana, E. S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)*. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10-30.
- Aprinia, R., Siburian, P. S., & Wahyuni, S. (2019). *Pengaruh Personal Selling dan Brand Image Serta Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada Auto 2000 Samarinda*. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(4).
- Artvanka, L., & Hidayat, R. (2021). *Analisis Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pt. Golden Communication Lampung Tahun 2021)*. *eProceedings of Applied Science*, 7(5).
- Aysah Lubis, S. I. T. I. (2021). *Pengaruh Personal Selling Dan Publisitas Terhadap Minat Nabung Nasabah di Bmt Mitra Khazanah Palembang*. (Doctoral Dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Bhatti, A. (2018). *Sales Promotion And Price Discount Effect On Consumer Purchase Intention With The Moderating Role Of Social Media In Pakistan*. *International Journal of Business Management*, 3(4), 50-58.
- Dewantoro, A. (2018). *Pengaruh Optimisme Terhadap Kemampuan Identifikasi Peluang Mahasiswa Strata Satu Pada Perguruan Tinggi di Surabaya*. *Agora*, 7(1).
- Dewi, M. S. R. (2019). *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)*. *Research Fair Unisri*, 3(1).
- Dewi, Y. K., Desiyanti, R., & Irda, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Deterjen Boom di Kota Padang*. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 6(2).
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Fadhliha, A. N., & Ratnasih, C. (2017). *Pengaruh Piutang Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Usaha Pada PT. Nusantara Citra Terpadu*. *Jurnal Akuntansi*, 11(1).

- Fahmi, F. A. dan Hera H. SS. (2019). *Pengaruh Layanan Informasi dengan Media Film Terhadap Kewaspadaan Siswa Tentang Pelecehan Seksual di Kelas VIII-C Smpn 1 Matesih Tahun Pelajaran 2018/2019*. Jurnal Medi Kons 5(2), 2528-424.
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Fathoni, M. A. (2018). *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jurnal Hukum Dan Syariah, 9(1), 128-146.
- Fatmawati, V. A., & Sudrajat, I. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Agro Tambi Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Fatimah, N. S. (2019). *Efektivitas Personal Selling di PT. Synergy Green Production*. (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung).
- Firdaus, D., & Widaningsih, S. (2019). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Tabungan Berjangka (Taska) (Studi Kasus Bank Woori Saudara Bandung)*. eProceedings of Applied Science, 5(1).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Gunasekharan, T., Basha, S. S., & Lakshmana, B. C. (2015). *A Study On Impact Of Promotion Mix Elements: Advertising, Personal Selling & Public Relation Of DTH Manufacturers On Customer Behavior*. International Journal of Art, Humanities and Management Studies, 1(6), 20-30.
- Halimatussyakdiyah, Zakiyah, Agus P. (2021). *Strategi Promosi Toko Pakaian Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Pada Toko Taste Fashion dan JGP Store)*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Handayani, N. (2021). *Pengaruh Motif Terhadap Tingkat Kepuasan Followers Remaja Dalam Mengakses Akun Instagram Abdul Somad*. (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Haryanto, N. (2020). *Kepuasan Informasi Pengikut Akun Instagram @Rahasiagadis* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Hawari, R., Handayani, T., & Ariani, N. (2020, November). *Analisis Minat Beli Konsumen Produk Sepatu Olahraga Nike*. In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 1, pp. 1286-1297).
- Herianto, B. M., & Hidayat, R. (2020). *Pengaruh Personal Selling dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Authentic Guards Technology di Bandung Tahun 2020)*. eProceedings of Applied Science, 6(3).
- Ibrahim, A., & Ambarita, A. (2018). *Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website pada PDAM Kota Ternate*. IJIS-Indonesian Journal On Information System, 3(1).
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19-28.

- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Instagram. (2018). CV Laditri Karya. www.instagram.com/laditrikarya/ diakses pada 19 Maret 2021 pukul 18:50 WIB.
- Instagram. (2018). CV Laditri Karya. www.instagram.com/laditrikarya/ diakses pada 22 Maret 2021 pukul 23:07.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar*.
- Irwandani, I. (2016). *Potensi Media Sosial dalam Mempopulerkan Konten Sains Islam*. Tadris: Jurnal Keguruan dan Ilmu Tarbiyah, 1(2), 173-177.
- Junaidi, J. (2014). *Membaca dan Menggunakan Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T*. Universitas Jambi.
- Junaidi, J. (2015). *Menghitung R Tabel dengan SPSS*. Universitas Jambi.
- Juniarso, A., Ardhiyansyah, A., & Maharani, D. P. (2022, February). *Oriflame Company's Personal Selling and Green Marketing Strategy on Consumer Purchase Interest: A Literature Review*. In International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021) (pp. 297-304). Atlantis Press.
- Kahfi, A. S. 2020. *Informasi dalam Perspektif Islam*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 7(2), 321-328.
- Kara, A. (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia di BBM Grup Terhadap Minat Beli Mahasiswi*. Jisip: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 5(1).
- Karneli, Tujiono Okta. (2017). *Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food (Kasus Penjualan Produk Kfc pada Kfc Metropolitan City Pekanbaru)*. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Karr, Douglas. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kasmiruddin, K., & Dhevi, N. S. (2015). *Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Penjualan Kamar Hotel Pangeran)*. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 6*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 14:00 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 10*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 11:45 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 13*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 13:00 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Isra' Ayat 7*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 10:15 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Isra' Ayat 28*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 10:00 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Ma'idah Ayat 1*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 12:15 WIB.

- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al Ma'idah Ayat 2*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 14 Juni 2022 pukul 10:40 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Ma'idah Ayat 100*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 13:15 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Mu'minin Ayat 8*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 11:15 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Al-Muthaffiin Ayat 1-3*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 11:00 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 08:15 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah An-Najm Ayat 39-40*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 13:45 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah An-Nas Ayat 1-6*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 14:15 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 9*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 09:30 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah An Nisa Ayat 29*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 14 Juni 2022 pukul 10:30 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Maryam Ayat 7*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 12:45 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Taha Ayat 44*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 15 Juni 2022 pukul 12:00 WIB.
- Kementerian Agama. *Al Qur'an Surah Yunus Ayat 101*. <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 14 Juni 2022 pukul 10:20 WIB.
- Kiranasari, B. (2014). *Faktor-Faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Toko Online di Yogyakarta Memilih Media promosi Instagram)*. (Doctoral dissertation, UAJY).
- Lonika, P. T. (2020). *Pengaruh Sales Promotion, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Mahasiswa pada Jasa Layanan Go-Food (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNS Angkatan 2016-2017 Sebagai Pengguna Layanan Go-Food Tahun 2019)*. Universitas Sebelas Maret.
- Lubis, E. E., Awza, R., & Rummyeni, R. (2021). *Pendampingan Penerapan Social Media Marketing Untuk Promosi Produk Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Bengkalis*. Menara Riau, 15(1), 22-32.
- Marhaeni, A. A. I. N., & Yuliarmi, N. N. (2019). *Metode Riset Jilid 2*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali: CV Sastra Utama.
- Maulana, A., & Mulyana, M. (2020). *Analisis Pengaruh Public Relation dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks di Kota Bogor*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8(2), 47-64.
- Maulidiyah, R. N. (2021). *Pengaruh Brand Image, Content Marketing dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap*. (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

- Misbach, I. (2017). *Perilaku Bisnis Syariah*. Jurnal Manajemen Dakwah. Al-Idarah, 5, 33-44.
- Nasution, I. Y., & Yunita, L. (2021). *The Influence of Brand Image (Image Merek) on Case Study Consumer Buying Interest in the Salad Bros Restaurant, Bali*. Journal of Economics and Business (JECOMBI), 1(2), 186-192.
- Nasution, M. F. R. & Yasin, Hanifa. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 14(2).
- Negarawan, G. I. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Membeli yang di Moderasi Oleh Tipe Kepribadian Ekstrovert*. Psikovidya, 22(1), 62-68.
- Nindita, S., Sulistio, T. D., & Michaela, M. (2021). *The Influence of Sales Promotion and Personal Selling on the Interest of Buying Wedding Package at ICE BSD Tangerang Selatan*. Journal Hotspot, 1(1), 18-27.
- Ningrum, I. T. J., & Nilowardono, S. (2016). *Pengaruh Event dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild Pada PT HM Sampoerna Area Marketing Surabaya*. Jurnal Manajemen Kinerja, 2(1), 57-69.
- Nulufi, K. (2015). *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Nur, N. A. P. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hope Store Bulukumba*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia).
- Nursadiyah, S., & Maharani, N. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen Indomaret Jl. Tamansari No. 16 Kota Bandung*. Prosiding Manajemen, 4(2), 1325-1330.
- Nurzanah, S. D., & Juanim, H. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Emina Cosmetics (Survey pada Followers Akun Instagram Emina Cosmetics)*. (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. Jurnal Komunikasi, 10(2), 167-176.
- Pane, A. L. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Medan Napoleon di Medan (Studi pada Konsumen Produk Kue Medan Napoleon)*. (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggara*. Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 20(1).
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah Di Kota Pagar Alam*. Jurnal Ekonomia, 10(1), 83-93.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute*. Jurnal Media Kom, 8(2), 48.

- Pidada, I. A. I., & Suyasa, P. G. G. T. (2021). *The Impact Of Content Marketing, Influencers, And E-Promotion On Purchase Intention*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 31(2), 117-123.
- Pramesti, W. (2018). *Analisis Pemingkatan Sukuk: Perspektif Keuangan*. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(1), 93-110.
- Prasetyo, A. A., & Ridwanudin, O. (2017). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung di Jendela Alam*. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1077-1084.
- Primariyanti, M. S., & Firmansyah, E. A. (2017). *Aplikasi Teori Personal Selling: Kasus pada Bank Regional*. *Al Tijarah*, 3(2), 41-64.
- Purnomo, E. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Purnomo, K., & Pranatasari, F. D. (2019). *Event, Online Marketing, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian di Snowy Station Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(6).
- Purnomo, P., & Palupi, M. S. (2016). *Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah yang Berkaitan dengan Waktu, Jarak dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V*. *Jurnal Penelitian*, 20(2).
- Purnomo, R. W. (2022). *Efektivitas Akun Instagram @Poldajogja Terhadap Pemenuhan Informasi Kegiatan Kepolisian Kepada Followers*. (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Puspitasari, C. R. (2018). *Kepuasan Followers Terhadap Akun Instagram @ridwankamil (Studi Deskriptif Pada Followers Akun Instagram @ridwankamil)*. (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Putri, Dwitanti P. (2021). *Efektivitas Akun Instagram@ Darihalte_Kehalte Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner Di Kalangan Followers @Darihalte_Kehalte*. (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Jakarta).
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru*. *Valuta*, 1(2), 298-321.
- Riyadini, N. G., & Krisnawati, W. (2022). *Content Marketing, Brand Awareness, And Online Customer Review On Housewives' purchase Intention On Shopee*. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(6), 733-741.
- Rohmah, M. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia*. *Jom Fisip*, 5.
- Rosita, N., & Tahmat, T. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik di Supermarket Borma Dago dan Borma Cikutra*. Universitas Sangga Buana YPKP.
- Sahidi, S., & Musrifah, M. (2021). *Pembiasaan Perilaku Senyum, Salam, Sapa dan Ucapan Terimakasih Pustakawan Terhadap Pemustaka*. *AL Maktabah*, 6(1), 9-21.
- Saputri, Fenny N. D. (2019). *Pengaruh Nasionalisme, Kepercayaan Pada Pemerintah Dan Hukum, Pemahaman, Serta Sanksi Perpajakan Terhadap*

- Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik.* *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.* *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Shobirin, S. (2016). *Jual Beli Dalam Pandangan Islam.* *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(2), 239-261.
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). *Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecra Pada PT. Cakrawala Elecra Medan.* *Niagawan*, 7(2), 80-89.
- Sitorus, S. A. (2014). *Pengaruh Promosi dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Aras Dinamika Abadimedan.* *Informatika*, 2(1), 51-59.
- Social, W. A. Hootsuite. (2020). *Global Digital Reports 2020.* www.wearesocial.com/digital-2020 diakses pada 21 Februari 2021 pukul 15:32 WIB.
- Stawati, Vicka. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak.* *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147-157.
- Subasinghe, U., & Weerasisri, R. A. S. (2019). *The Impact of Digital Content Marketing on the Purchase Intention of Connected Consumers: A Study Based on Natural Ingredient-Based Personal Care Products.* *Sri Lanka Journal of Marketing*, 5(1), 59-71.
- Sudarsono, S. (2020). *Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia.* In Seminar Nasional Kepariwisata (senorita).
- Suganda, U. K., Hapsari, M. S., Tawakal, M. I., & Roespinoedji, D. (2021). *The Influence of Brand Image, Trust, On Buying Interest in E-Wallet 'Ovo' In Bandung City.* *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 943-948.
- Sugiarto, E. (2016). *Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada Ud. Dika Jaya Motor Lamongan.* *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*.
- Sukmana, D. F. & Japarianto, Edwin. (2017). *Pengaruh Personal Selling dan Brand Activation Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Produk Santan Bubuk Sasa PT Sasa Inti Di Surabaya.* *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 7.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran).* *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302-315.
- Suryani, N. L. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama di Jakarta.* *Jenius (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419-435.

- Syadzali, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD Menara 05 Kudus*. (Doctoral Dissertation, Stain Kudus).
- Syahrini, A. & Arif, Erfan. (2020). *The Influence Of Price, Trust, And Sales Promotion On Purchase Intention Of Traveloka Mobile Application* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Tamamudin, T. (2014). *Merefleksikan Teori Pemasaran Ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah*. Jurnal Hukum Islam.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta*. Jurnal Manajemen, 9(2).
- Tristantin, V. V., & Suwandi, Y. T. (2013). *Pengaruh Promotion Mix terhadap Minat Beli Konsumen di Family Fun Karaoke Keluarga*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 1(2), 419-429.
- Tujiono, T., & Karneli, O. (2017). *Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food (Kasus Penjualan Produk Kfc pada Kfc Metropolitan City Pekanbaru)*. (Doctoral Dissertation, Riau University).
- Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*. AL-Fathonah, 1(1), 342-351.
- Utama, A. (2020). *The Influence of Advertising and Personal Selling on Buying Interest*. Almanah: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 4(2), 266-271.
- Utomo, T., Lia N. (2021). *Pengaruh Penentuan Harga, Sales Promotion, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Hypermart di Gresik*. (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-bayar*. (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wahyuni, Purbohastuti A., & Hidayah, A. A. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Jurnal Bisnis Terapan, 4(1), 37-46.
- Wahyuni, Sri. (2021). *Pengaruh Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Sikap Followers Akun @Vjcakes* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Walintukan, C., Tumbuan, W. J., & Tulung, J. E. (2018). *The Effect Of Product Quality, Sales Promotion And Social Influence On Customer Purchase Intention In Bellagio Shoes Store In Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 6(4).
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS For Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: Bp-Fkip Ums, 51.
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). *Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia)*. Prologia, 2(2), 531-537.

- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com)*. Pro Mark, 10(1).
- Yahya, M. A. (2021). *Pengaruh Content Marketing terhadap Minat Beli di Era Digital Sosial Media*. (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Yahya, Y. K., Untung, S. H., & Fajari, I. A. (2020). *Da'wah di Youtube: Upaya Representasi Nilai Islam oleh Para Content-Creator*. Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), 20(1), 1-22.
- Yanto, H. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*. (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Yaqubi, Ahmad Yasir, & Karaduman, Ilkay. (2019). *The Impact Of Content Marketing On Consumers' Purchase Intention For Home Appliances: A Study In Afghanistan*. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 2319, 38-47.
- Yoebrilanti, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)*. Jurnal Manajemen, 8(1).
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). *Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, 1(2), 506-515.
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung*. Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 43-55.