

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., dan Afifah, S. 2022. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., dan Abunawas, K. 2023. Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Andriana, N. A., Lu, C., dan Kuswoyo, C. 2024. Efektivitas Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan X). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 10(3): 989-1002.
- Astuti, W. A., Komala, A. R., dan Ambarwati, D. T. 2022. Meningkatkan Volume Penjualan dengan Menerapkan *Marketplace* bagi Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi*, 14(2): 140-147.
- Azhari, S., dan Ardiansah, I. 2022. Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 10(2): 508-520.
- Azizah, I., dan Huda, M. 2022. Pengaruh *Content Marketing of Tiktok* dan *E-Wom* Terhadap *Brand Awareness* dan Minat Beli Produk UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Pasuruan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 6(2): 261-275.
- Cahyani, G. dan Aulia, P. 2023. Pengaruh Konten *Marketing* Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker *Camille Beauty* (Studi Kasus pada Konsumen *Camille Beauty* di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1): 495 - 501.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Jayasinga, H. I., dan Redaputri, A. P. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 17(2): 167-185.
- Ekasari, Silvia. 2024. Increasing Brand Awareness Through Content Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 2(3): 452-464.
- Erwin, Ardyana, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D. dan Munizu, M. 2023. *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Fadhilah dan Saputra, G. G. 2021. Pengaruh *Content Marketing* dan *E-WoM* pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *INOVASI*, 17(3): 505-512.

Fahimah, M., dan Fitria, L. 2024. Online Purchase Decision: From Content Marketing Through Brand Awareness. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 12(1): 27-35.

Fauzan, A. R. Z., dan Abdullah, N. N. 2024. Pengaruh Content Marketing Akun Tiktok @Seko.Bdg Terhadap Brand Awareness Coffee Shop Seko Bandung. *e-Proceeding of Management*, 11(6): 6862-6870.

Febriyanti, D. E. dan Arifin, S. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Melalui Tiktok dan Instagram Terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty pada Agen Yuyun di Lamongan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1): 344–352.

Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Gisha, N., dan Malinda, M. 2023. The Role of Content Marketing on TikTok in Increasing Sales. *International Conference on Education Innovation and Social Science*.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis: 7th Edition*. Pearson Education Inc. New Jersey.

Hollebeek, L.D., dan Macky, K. 2019. Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45: 27–41.

Jasri, Arfan, N., Hasanuddin dan Hasan, H. A. 2022. Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam: Journal of Shariah Economic Research*, 6(2): 212-224.

Kamuri, K. J. 2021. Analisis Peran Digital Content Marketing bagi Wirausaha Milenial di Kota Kupang dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management (SME's)*, 14(2): 225-238.

Krowinska, A., Backhaus, C., Becker, B., dan Bosser, F. 2024. *Digital Content Marketing: Creating Value in Practice*. Routledge. New York.

Mahardika, S.V., Ma'una, I. I., Islamiyah, Z. dan Nurjannah, I. 2021. Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, 2(1): 40-53.

Musyawah, I. Y. dan Idayanti, D. 2022. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1): 1-13.

- Nurhayati dan Islam, M. A. 2022. Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2): 112-124.
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F. dan Dharma, B. 2023. Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing* dan *Influencer* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* pada Mahasiswa. *Ecobisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(2): 81-93.
- Pertiwi, D., dan Gusfa, H. 2018. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8(2): 45-57.
- Priyono, M. B. dan Sari, D. P. 2023. Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17): 497-506.
- Putra, Y. P. K., dan Priansa, D. J. 2023. The Influence of Tik Tok Content Marketing on Brand Awareness Warung Kihaji, Sumedang City. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 23(1): 24-34.
- Rahmawati, S. dan Handayani, W. 2023. Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Tiktok pada Produk Sepatu Kulit Provillo. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2): 128-134.
- Ramadayanti, Firda. 2019. Peran *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2): 78-83.
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Az-Zuhaida, Akalili, A. dan Kulau, F. 2021. Analisis Teknik *Digital Marketing* pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 18(1): 49-60.
- Salonen, A., Mero, J., Munnukka, J., Zimmer, M., dan Karjaluto, H. 2024. Digital Content Marketing on Social Media along the B2B Customer Journey: The Effect of Timely Content Delivery on Customer Engagement. *Industrial Marketing Management*, 118: 12-26.
- Shadrina, R. N., dan 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): 1-11.
- Syaparudin, B. S., Arizal, N., dan Handayani, R. 2023. Analisis Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer*, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(2): 78-83.

Virji, Purna. 2023. *High-Impact Content Marketing: Strategies to Make Your Content Intentional, Engaging and Effective*. Kogan Page. London.

Warnaen, A., Solichah, J. M. dan Prasetyo, H. 2023. *Content Marketing Instagram untuk Membangun Brand Awareness Produk Susu*. *Agritech: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 25(1): 17-25.

Wati, A. P., Martha, J. A. dan Indrawati, A. 2020. *Digital Marketing*. Edulitera. Malang.

Widiastuti, C. T., Azzahra, F., Prasetyani, E. T. dan Fatkhur, D. F. I. 2021. Strategi *Digital Marketing* untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(1): 64-69.

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M. dan Farla, W. 2021. Pembuatan *Content Marketing* sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2): 89-96.

Permana, E., Stalastiana, D., Khalisoh, R., dan Syamsurizal. 2024. Strategi Meningkatkan Brand Awareness melalui Konten Kreatif dalam Pemasaran Media Sosial Tiktok Brand Tenue De Attire. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(3): 169-180.

Sari, W. P., Risky, Q., dan Carolina, C. V. 2022. Pembuatan Konten Media Sosial Tiktok sebagai Upaya Pengenalan Brand Oltara.co. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(3): 694-703.

Kamilia, Z. N., dan Yunani, A. 2024. Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli @Somethincofficial melalui Brand Awareness. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 6(2): 3809-3825.

Rusdianto, R. Y., dan Setiawan, A. R. 2024. Penerapan Strategi Marketing dalam Pembuatan Konten Menggunakan Softselling dan Hardselling pada Tiktok untuk Meningkatkan Brand Awareness Kisana. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1): 130-137.

Windi, R., dan Tampenawas, J. L. A. 2023. Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023). *Jurnal EMBA*, 11(3): 772-784.