

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adelia, Resha, and Septyan Rudy Cahya. 2023. "Pengaruh *Content Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 325–33.
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, Nyoman Sri Ariantini, Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, Dwi Astarani Aslindar, Kori Puspita Ningsih, Siska Wulandari, Panji Putranto, Ira Yuniati, Ida Untari, Sari Mujiani, and Dipo Wicaksono. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Anistasya, Anistasya, Rahmi Susanti, Siti Dewi Maharani, and Yenny Anwar. 2025. "Penerapan Unsur-Unsur Difusi Inovasi Dalam Teknologi Pendidikan Berupa Virtual Lab." *JIIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 8(5):5272–79.
- Ardy, Windarti Ardy Putri. 2025. "The Effect of *Content Marketing* on Purchase Intention With E-Wom as A Mediation Variable on Hanasui Products in Tiktok Shop (Case Study On Generation Z)." *Journal of Digital Business and Innovation Management* 4(2).
- Arifiyanto, Muhammad, Nur Kholidah, and Teguh Purwanto. 2025. "Peran Artificial Intelligence: Chatbot Dalam Memoderasi Hubungan *Content Marketing* Terhadap Minat Membeli Produk Umkm Muhammadiyah Di Jawa Tengah." *Jurnal Impresi Indonesia* 4(7):2566–75.
- Artika, Riska Nur, Kadori Haidar, and Sutrisno Sutrisno. 2024. "Pengaruh *Content Marketing* Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Komunitas Pelajar Dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) Di Samarinda." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 5(1):32–43.
- Azman, Hartini, Thean Kah Keat, Atirah Sufian, Nor Azah, Abdul Aziz, and Afizan Azman. 2025. "The Influence of Machine Learning Chatbots on Consumer Purchase Intention in the Fashion Industry." *Kwpublications* 15(2):1092–1102.
- Badri, Viki Ahmad, and Miftahul Huda. 2024. "Pengaruh Artificial Intelligence Marketing Dan *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian." *Economic Reviews Journal* 3(4):1545–56.
- Bogdan, Anastasiei, Nicoleta Dospinescu, and Octavian Dospinescu. 2025. "Beyond Credibility: Understanding the Mediators between Electronic Word-of-Mouth and Purchase Intention." *ArXiv Preprint ArXiv:2504.05359*.
- Caniago, Aspizain, and Agung Edi Rustanto. 2022. "Kualitas Pelayanan Dalam

- Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee).” *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik* 5(1):19–25.
- Ekadyasa, Sartika, and Ressa Uli Patrissia. 2024. “Konsep Digital *Content Marketing* Dengan Pendekatan Personal Customer Experience Pada Akun Instagram Rabbitholeid.” *Syntax Idea* 6(7):3193–3201.
- Erlina, Erlina, Julyanto Julyanto, Jeffrey Rustandi, Alexander Alexander, Leo Francisco, Ni’matul Ma’muriyah, and Sabariman Sabariman. 2023. “Penerapan Artificial Intelligence Pada Aplikasi Chatbot Sebagai Sistem Pelayanan Dan Informasi Online Pada Sekolah.” *Journal of Information System and Technology (JOINT)* 4(3):221–30.
- Fadiyah, Farah, Muhimmatur Rodhiyah, and Edita Rachma Kamila. 2026. “Literatur Review: Tren Teknologi Dalam E-Commerce: Analisis Literatur Tentang Ai, Chatbot Dan Automasi.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* 3(1):338–46.
- Fahimah, Mar’atul, and Linda Armada Ningsih. 2022. “Strategi *Content Marketing* Dalam Membangun Customer Engagement.” *Benchmark* 3(1):43–52.
- Fathadhika, Sarentya. 2022. “Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja.” *Journal of Psychological Science and Profession* 2(3):208–15.
- Fathoni, Muhammad, Devi Rusvitawati, M. Farisan Kasyfi, and Indra Agung Pamuja. 2025. “Strategi Pemasaran Berbasis Digital: Membangun Hubungan Pelanggan Yang Berkelanjutan Pada Society 5.0.” *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi* 8(1):645–52.
- Fidrian, Natasha Febriani, and Riana Sahrani. 2024. “Menggali Makna Hidup Influencer Inspiratif Di Media Sosial.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8:47298–317.
- Harahap, Dicki Wahyudi. 2020. “Aplikasi Chatbot Berbasis Web Menggunakan Metode Dialogflow.” *Jurnal Informatika Dan Teknologi Komputer (J-ICOM)* 1(1):6–13.
- Hidayat, Moh Taufik, Zahra Faadihillah Wahid, and Muchamad Gilang Nauri Rahardian. 2025. “Pemanfaatan Teknologi Chatbot Pada E-Commerce Untuk Mendukung Pemasaran Dan Penjualan Kerupuk Emplek-Emplek.” Pp. 208–13 in *Seminar Nasional Teknologi & Sains*. Vol. 4.
- Huda, Isra Ul Huda, Anthonius Junianto Karsudjono, and Ryan Darmawan Darmawan. 2024. “Pengaruh *Content Marketing* Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial.” *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen* 11(1):69–81.

- Ibrahim, Andi, Asrul Haq Alang, Madi Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, and Darmawati. 2018. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gunadarma Ilmu.
- Iskandar, Iskandar, Dila Faridatunnissa, and Wachjuni Wachjuni. 2023. "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Content Marketing* Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Para Pengguna TikTok Yang Berbelanja Pada Marketplace Shopee)." *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)* (6):620–30.
- Julianti, Wilda, Andang Fazri, and Husni Hasbullah. 2024. "Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 4(1):133–50.
- Kamanda, Shandrya Victor. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam." *JURNAL AS-SAID* 2(1):1–6.
- Kasnelly, Sri, and Marwiyah Marwiyah. 2025. "Peran Konten Video Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen Di E-Commerce Shopee." *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 5(1):60–71.
- Komala, Cucu. 2020. "Integrated Marketing Communication (IMC) Islamic Business Ethics Perspective." *Khazanah Sosial* 2(2):57–62.
- Kurniawan, Sabda Aji, and Ervan Togatorop. 2025. "Ketika Konten Bicara: Eksplorasi Dampak Ewom Dan Customer Innovativeness Terhadap Adopsi Produk Baru." *Business Management Journal* 21(2):171–81.
- Lang, Ratnawati, Fry Melda Saragih, and Alif Hanoky. 2024. "Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence Dalam Memasarkan Produk Secara Digital Dan Dampaknya Terhadap Customer Repurchase Intention Pada Shopee." *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 8(2):749–59.
- Machali, Imam. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.
- Mailin, Mailin, Gepeng Rambe, Abdi Ar-Ridho, and Candra Candra. 2022. "Teori Media/Teori Difusi Inovasi." *JGK (Jurnal Guru Kita)* 6(2):168.
- Marlin, Khairul, R. Dilla Juniati, and Khairulis Shobirin. 2023. "Pengaruh Layanan COD Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee." *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3(2).
- Mavilinda, Hera Febria, Akhmad Nazaruddin, Nofiawaty Nofiawaty, Lina Dameria Siregar, Isni Andriana, and Kemas Muhammad Husni Thamrin. 2021. "Menjadi 'UMKM Unggul' Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Dalam

- Menghadapi Tantangan Bisnis Di Era New Normal.” *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* 2(1):17–28.
- Mulyati, Iis, Mohammad Mansyuruddin, Adrianus Adrianus, Yohanes Bahari, and Warneri Warneri. 2023. “Proses Difusi Inovasi Dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru.” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5(6):2425–33.
- Mutmainah, Mutmainah, Armawati Armawati, and Tovan Tovan. 2024. “Pengaruh Teknologi Digital, Strategi Pemasaran Online, Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM Di Kota Palu.” *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX* 7(2):82–96.
- Mutyara, M. Reza Aldiansyah. 2024. “Pengaruh Chatbot Ai Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lazada Di Kota Medan.” Universitas Medan Area.
- Mutyara, M. Reza Aldiansyah, Haryaji Catur Putera Hasman, Alfifto Alfifto, and Mutya Rahmi Darmansyah. 2024. “Pengaruh Kompetensi Dan Kredibilitas Chatbot AI Terhadap Kepercayaan Penggunaan Chatbot AI Pada Pengguna Lazada Di Kota Medan.” *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 13(1):1–13.
- Nasta’in, Andi Firni, Abdul Samad, and Sujatmiko Sujatmiko. 2024. “Pengaruh *Content Marketing* Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind. Id.” *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 7(1):38–52.
- Norizan, Juliana, Syukrina Alini Mat Ali, and Mohd Fikri Ishak. 2023. “The Factors Affecting Consumer Purchase Intention through Social Commerce—A Concept Paper.” *Information Management and Business Review* 15(4):381–86.
- Octaviana, Eva, Zakiyah Zahara, Ponirin Ponirin, and Farid Farid. 2024. “Peran *Content Marketing* Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* Pada Usaha Springshop PLW.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8(3):289–304.
- Pangestu, Ardi Galih, and Dimas Prasetya Caraka. 2025. “Pengaruh Chatbot Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce: Studi Pada Aplikasi Belanja Online Shopee Di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11(7. A):1–9.
- Panjaitan, Hapizin Yonani, Yolanda Masnita, and Kurniawati Kurniawati. 2023. “Penambahan Variabel Tingkat Kecerdasan Dari Chatbot Untuk Mempengaruhi Kepercayaan Pengguna Dalam Aplikasi Telekonsultasi Kesehatan.” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 13(1):78–87.
- Pasaribu, Aisyah Fitri, Tri Inda Fadhila Rahma, and Budi Dharma. 2023. “Pengaruh *Content Marketing*, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*

10(2):81–93.

- Pratiwi, Duwi, Ati Hermawati, and Dewi Kurniawati. 2023. “Pengaruh *Content Marketing*, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop.” *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila* 3(1):1–11.
- Purba, Claudio Cassano Nistelrooy, and Salman Munthe. 2025. “Pengaruh Copywriting Dan Kualitas Visual *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan.” *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 9(3):883–93.
- Puspitasari, Agreianti, and Ina Primasari. 2023. “Strategi Penguatan Merk Somethinc Di Market Place Dengan Teknik Visual Marketing.” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6(2):833–36.
- Putri, Heni Julaika, and Sri Murhayati. 2022. “Metode Pengumpulan Data Kualitatif.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 9(1):1–6.
- Rohmad, and Siti Sarah. 2021. *PENGEMBANGAN INSTRUMEN ANGKET*. Yogyakarta: K-Media.
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani. 2021. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial.” *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan* 4(4):279–84.
- Rosmayanti, Melan. 2023. “Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.” *Journal on Education* 5(3):8126–37.
- Sahputri, Sindi, Febie Juma Pristika, Aminah Aminah Cinda Kasih, and Muhammad Irwan Padli Nasution. 2023. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM ‘Halua’ Di Desa Paya Rengas.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3(6):5181–91.
- Sari, Annita, Dahlan, Ralph August Nicodemus Tuhumury, Yudi Prayitno, Willem Hendry Siegers, Supiyanto, and Anastasia Sri Werdhani. 2023. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Jayapura: CV Angkasa Pelangi.
- Septyadi, Muhammad Abdul Kohar, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah. 2022. “Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1):301–13.
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah. 2025. “Data BPS: 5 Dari 100 Orang Angkatan Kerja Di Indonesia Menganggur.” <https://money.kompas.com/read/2025/11/05/173359926/data-bps-5-dari-100-orang-angkatan-kerja-di-indonesia-menganggur?page=all#:~:text=2.> Laki-laki yang menganggur,persen poin dibandingkan Agustus 2024.

- Shi, Weiling, Li Li, Zhixin Zhang, Maoguo Li, and Junjie Li. 2025. "Research on Driving Factors of Consumer Purchase Intention of Artificial Intelligence Creative Products Based on User Behavior." *Scientific Reports* 15(1):17400.
- Sholihah, Siti Mar'atush, Nanda Yoga Aditiya, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh. 2023. "Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda." *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)* 2(2):102–10.
- Soesana, Abigail, Hani Subakti, Karwanto, Anisa Fitri Sony Kuswandi, Lena Sastri, Ilham Falani Novita Aswan, Ferawati Artauli Hasibuan, and Hana Lestari. 2023. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Stansyah, Maulana Rifky, Rahma Choirunnisa, Muhammad Tegar, and Saint Seiya Ardhana Putri. 2023. "Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 11(1):43–49.
- Sulistiani, Ni Nengah, I. Ketut Putu Suardana, and Rieka Yulita Widaswara. 2025. "Peran Influencer Dalam Strategi Promosi Melalui Media Sosial TikTok." *Ngaksama: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(1):24–30.
- Tania, Arrahma Elian, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9(1):75–84.
- Titoni, Erica, Dhafa Firgana, Bryan Aditya, Tito A. Pribadi, and Robby Lianto. 2024. "Peran Chatbot Artificial Intelligence Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan." *Technologia: Jurnal Ilmiah* 15(1):20–30.
- Vidiastuti, Dwi Putri, Muhadjir Darwin, and Hakimul Ikhwan. 2023. "Difusi Dan Adopsi Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir DIY Di Era Pandemi Covid-19." *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan* 7(1):49–60.
- Widaswara, Rieka Yulita, and IBKY Pramana. 2022. "Difusi Inovasi Dan Adopsi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Di Era Pembelajaran Daring." *Communicare* 3(1):21–30.
- Wjaya, Graciela Putri, and Henilia Yulita. 2022. "Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, Dan Citra Merek Di Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl." *Journal of Business & Applied Management* 15(2):133–42.
- Yunita, Dessy, Ahmad Widad, Yuliansyah M. Diah, and Wita Farla. 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.
- Zhang, E. 2024. "Analysis of Factors Influencing Consumers' Purchase Intentions on Live Streaming Based on the SEM Model." *Procedia Computer Science* 247:1240–48.

