

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & 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. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of Social Media Marketing on Instagram Towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia's Ready-to-Drink Tea Industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Akbar, A. F., & Maharani, N. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Jasa Kreatif Yours Bandung Effect of Content Marketing on Buying Interest Consumers at Yours Bandung Creative Services. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 1309–1312. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/13715>
- Akurat.co. (2021). Paling Sering Dikunjungi, Marketplace Ini Jadi Raja Belanja Online di Tanah Air. Retrieved June 05, 2021, from akurat.co website: <https://akurat.co/amp/paling-sering-dikunjungi-marketplace-ini-jadi-raja-belanja-online-di-tanah-air?page=1>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @lcheesefactory terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa FSIP*, 7(1), 1–11. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/26433/25556>
- Aulia R.A, A. L. Y. (2019). Pengaruh City Branding “A Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 67–75. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- DetikInet. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. Retrieved February 18, 2021, from inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Dwynmedia. (2020). Menuju 2020 Beginilah Perkembangan Digital Di Indonesia. Retrieved February 18, 2021, from Dwynmedia.com website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital-2020-di-indonesia/>
- Fandyanto, R., & Kurniawan, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.

<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/346>

- Fenalosa, A. (2021). [Kompilasi] 9 Content Marketing Campaign Terbaik di Indonesia Sejauh Ini. Retrieved June 05, 2021 from iprice.co.id website: <https://iprice.co.id/trend/insights/9-content-marketing-campaign-terbaik-di-e-commerce-indonesia/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang.
- Gityandraputra, D. (2021). Cara 4 Startup Unicorn Indonesia Memaksimalkan Konten Instagram. Retrieved June 05, 2021 from MarketingCraft.com website: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/cara-4-startup-unicorn-indonesia-memaksimalkan-konten-instagram>
- Goodnewsfromindonesia. (2021). Shopee dan Tokopedia Jadi E-Commerce dengan Kunjungan Tertinggi Sepanjang 2020. Retrieved February 18, 2021, from goodnewsfromindonesia.id website: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/03/21/shopee-dan-tokopedia-jadi-e-commerce-dengan-kunjungan-tertinggi-sepanjang-2020>
- Heryenzus, N. P. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2(2). <https://ejournal.medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/195/79>
- Imanda, B.C. (2018). Contoh Strategi Content Marketing Indonesia Yang Sangat Sukses. Retrieved February 18, 2021, from blog.penulis.id website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital-2020-di-indonesia/>
- IndonesiaGo. (2017). Menilik Sejarah dan Evolusi Dunia Digital Marketing. Retrieved February 18, 2021, from IndonesiaGo.Digital website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital-2020-di-indonesia/>
- Iprice. (2021). Peta E-Commerce Indonesia. Retrieved February 18, 2021, from iprice.co.id website: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping_Content_Marketing_eBook.pdf
- Meilyana, Elizabeth. (2018). Content Marketing. Retrieved Maret 23, 2021, from bbs.binus.ac.id website: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>
- Mindari, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) Di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. *Jurnal Ekonomika*, XI(2), 46–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.35334/jek.v11i2.1437>

- Mubarok, Ilham. (2019). Apa Itu Marketplace? Pengertian, Jenis, dan Contohnya. Retrieved February 18, 2021, from Niagahoster.co.id website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital-2020-di-indonesia/>
- Ninan, N., Roy, J. C., & Cheriyan, N. K. (2020). Influence of Social Media Marketing on the Purchase Intention of Gen Z. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(1), 1692–1702. <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/3734/2571>
- Nisak, Baiti F, Hidayatun N, R. E. (2017). Hubungan Pengetahuan Dengan Minat Bidan Terhadap Penerapan Lotus Birth. *Journal of STIKES*, 14(1), 75–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.35874/jib.v14i1.334>
- Novianty, D & Prastya, D. (2021). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang. Retrieved February 18, 2021, from Suara.com website: <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/123000/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-2026-juta-orang>
- Nurfitriani. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Official Account Line Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa FSIP*, 3(2), 86–104. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11305>
- Odongo, I. (2016). Content Marketing: Using it effectively for Brand Strategy and Customer Relationship Management. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 3(12), 52–61. <https://doi.org/10.14738/assrj.312.2396>
- Oktini, P. P. R. T. D. R. (2017). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung). *Jurnal Manajemen*, 3(1), 116–121. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.5486>
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Corporate Image dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 249–264. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/583>
- Pratita, B. W. A., Heri Pratikto, & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(4), 497–503. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Rachmawati, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK Ades (Studi pada Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ades di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>

- Shopee. (2021). Ap itu Shopee Live?. Retrieved June 05, 2021, from seller.shopee.co.id website: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/826>
- SoftwareSeni. (2020). Perubahan Perilaku Konsumen Online Era Digital. Retrieved February 18, 2021, from SoftwareSeni.co.id website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital-2020-di-indonesia/>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, L. (2018). Analisis Pengaruh Price, Overall Satisfaction, dan Trust Terhadap Intention To Return Pada Online Store Lazada. *Agora*, 6(1), 262–287. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6456/5873>
- Taufik, A. (2021). Wow, Shopee Gandeng Arya Saloka dan Amanda Manopo sebagai Brand Ambassador Indonesia. Retrieved June 05, 2021, from bagikanberita.com website: <https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com/inspirasi/pr-681721638/wow-shopee-gandeng-arya-saloka-dan-amanda-manopo-sebagai-brand-ambassador-indonesia>
- Tokopedia. (2021). Promosi Paling Efektif dengan Live Streaming di Tokopedia Play. Retrieved June 05, 2021, from seller.tokopedia.com website: <https://seller.tokopedia.com/edu/tokopedia-play/>
- TribunNews. (2021). Cara Bermain Goyang Shopee untuk Kumpulkan Total 10 Miliar Koin, Lengkap Bonus dan Hadiah Iphone 12. Retrieved February 18, 2021, from palembang.tribunnews.com website: <https://palembang.tribunnews.com/2021/04/11/cara-bermain-goyang-shopee-untuk-kumpulkan-total-10-miliar-koin-lengkap-bonus-dan-hadiah-iphone-12?page=all>
- Tungka, D., M. Lionardo., S, Thio., & V. I. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10554>
- Utami, S. R.I. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo Program Kelompok. *Universitas Panca Marga Probolinggo*.
- Wandatama, G. (2016). Relation About Content Marketing, E-wom And Brand Loyalty.pdf. Galih Wanda Tama.
- Wearesocial. (2021). Digital 2021. Retrieved February 18, 2021, from Wearesocial.com website: <https://dvs.co.id/perkembangan-dunia-digital->

[2020-di-indonesia/](#)

Yusuf, Y. H., Maulida, Z., & Munawar, A. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat di Pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh. *SIMEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES ISSN*, 9(2), 11–19. <http://jurnal.stiesabang.ac.id/index.php/simen/article/view/116>

Zebua, Manahati. (2018). Pemasaran Produk Jasa Kesehatan. Yogyakarta: Deepublish