

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, R. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. New York: Amazon.
- Nurdiansah, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 01 (08), 1499-1500, <https://doi.org/10.54443/sibatik.vli8.198>
- Astuti, N. F. (2022). Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Milan Bandung: Survei terhadap Konsumen Café Milan Bandung, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 03 (03), 149-150, Universitas Pendidikan Bandung.
- Ata, S., Baydas, A., & Coskuner, M. (2023). Effects Of Content Marketing On Customer Satisfaction And Brand Loyalty. *Journal of Social Sciences*. 06 (02) 37-46. <https://doi:10.52326/jss.utm.2023>.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(01), 11-12, <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Booms & Bitner. (2016). Problems and Strategies in International Marketing of Services. *Journal of Business and Management*, 02 (02), 4–9, www.iosrjournals.org
- Ermida, N. E., Gholib, S., & Wahyuni, N. (2021). Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia*, 01 (01), 41–47, <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/hiabi/index>
- G. Kismono. (2016). Evaluation of Promotion Strategy and Sales Toward Competitive Advantage At Emba. *Journal Management and Business*, 04 (02), 133–143.
- Hair et al. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications
- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, Ali. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Janita, S., & J. Miranda. (2013). The antecedents of client loyalty in business to business (B2B) electronic marketplaces. *Industrial Marketing Management*, 42 (05), 814-823, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.01.006>
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.

- Kilgour, M., Sasser, S. L., & Larke, R. (2015). The social media transformation process: Curating content into strategy. *Corporate Communications*, 20 (03), 326–343, <https://doi:10.1108.CCIJ-07-2014-0046>
- Kock, N. (2011). Using WarpPLS in E-Collaboration Studies : Descriptive Statistics, Settings, and Key Analysis Result. *International Journal of E-Collaboration*, 07 (02), 1–18, <https://doi:10.4018/jec.2010100101>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1 & 2, Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lamb, C. W., Joseph, F. H., & Carl M. D. (2001). *Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Mishra. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, H., Fauzi, A., Rini, E.S. (2019). The Effect of E-Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students of OVO Application Users At The Faculty of Economics And Business. *Jurnal Manajemen dan Strategi Pemasaran*, 04 (01), 7-8, <https://dx.doi.org/10.46827/ejmms.v0i0.603>
- Odden, L. (2012). *Optimize How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons Publisher.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Customer Behavior and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Rahmawati, M. (2021). Efektivitas Digital Content Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Food Delivery Service Dimediasi Oleh Peranan Electronic Word-Of-Mouth Pada Aplikasi Gojek Fitur Gofood Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Gofood di Wilayah DKI Jakarta). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 01 (02). 42-49, <http://digilib.yarsi.ac.id>
- Rangkuti, F. (2002). *Riset Pemasaran*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ristantia & Hayah. (2018). The Smart Mobility Concept by Developing Online-Based Transportation Information and Communication Technology for Sustainable Transportation. *Jurnal Ilmu Perencanaan Wilayah Kota*, 04 (03), 237-246, <https://doi.org/10.9767/bcrec.5187>
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. 01 (03), 278–289, <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>
- Satiawan, A. A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan

- Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. 09 (01), 01–14, <https://doi.org/10.37385/mdbi.v5i1.3951>
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing: Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simanungkalit, R., Sinaga, N. A., & Hutagalung, J. (2023). Pengaruh Diskon dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Mitra Cahaya Nauli Pandan. *Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 05 (01), 01–12, <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v5i1.511>
- Siska, J., & Purba, T. (2022). Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada PT Wellindo Blast Media Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 05 (01), 8-11, <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.302>
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, W. S., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkir dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopeefood di Yogyakarta. *Jurnal Tambora*, 07 (03), 1–9, <https://doi.org/10.36761/jt.v7i13.3376>
- Suprpti, S. & Suparmi. (2020). Membangun E-Loyalty dan E-Satisfaction Melalui E-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 06 (02), 3-7, <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi
- Tobing, C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pada Aplikasi Go-Jek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 03 (4), 37-38.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Depok: Grafindo Persada.
- Valentina, R. A. N. (2020). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 07 (01), 14-15, <https://publication.petra.ac.id>
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The Effect of E-Service Quality, E-trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 04 (03), 15-20, <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.609>