

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. H. (2021). Pengaruh brand image, brand reputation dan online customer review terhadap purchase intention pada Tokopedia (Studi kasus terhadap masyarakat Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Alinea. (2023). *Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial*. Alinea.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli pengguna aplikasi Tokopedia (Studi kuantitatif pada pengguna aplikasi Tokopedia di DKI Jakarta). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Andreas, R. (2013). *The big book of content marketing*. Amazon.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI*, 1(2).
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Journal of Interactive Marketing*, 23(1), 27–36.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori perilaku konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Frost, R., & Strauss, J. (2016). *E-marketing*. Routledge.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (4 ed.). Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats. (2021). *Situs e-commerce paling ramai dikunjungi 2021: Oren atau ijo?* Goodstats.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Investopedia. (2023). *Generation Z: Definition, characteristics, and history*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/g/generation-z.asp>
- Investor.id. (2024). *Shopee, Tokopedia dan Lazada: siapa juara?* Investor.id. <https://investor.id>
- Irianto, D. R. (2021). *Pengaruh content marketing dan brand image terhadap minat beli produk mitra Bukalapak: Studi pada konsumen mitra Bukalapak di Kota Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 2085(1375), 161–171.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan*, 10(3), 123–130.
- Jawa Pos. (2024). *Industri e-commerce di Indonesia sibuk berbenah: siapa sang jawara?* Jawa Pos.
- Joe, P. (2009). *What is content marketing?* Content Marketing Institute.
- Jojonomic.com. (2024). *Pangsa pasar adalah?* Jojonomic.com.
- Katadata. (2019). *Tren pengguna e-commerce 2017-2023*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2020a). *10 E-commerce dengan pengunjung terbesar pada kuartal IV 2020*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2020b). *Pasar menggiurkan e-commerce*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2020c). *Peta persaingan e-commerce Indonesia pada kuartal II 2020*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2020d). *Shopee, e-commerce dengan pengunjung situs tertinggi kuartal III 2020*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2021). *Jumlah pengunjung Tokopedia kalah Shopee pada kuartal I 2021*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2023). *5 E-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2024a). *Indonesia masuk jajaran 10 negara paling sering belanja online*. Katadata Media Network.
- Katadata. (2024b). *Tren e-commerce 2023: Kunjungan ke Shopee dan Blibli meningkat*. Katadata Media Network.
- Keller, K. L. (2001). *Building customer-based brand equity: A blueprint for creating strong brands*. Marketing Science Institute.

- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4 ed.). Pearson Education Inc.
- Kemendag RI. (2024). *Kemendag ramal transaksi e-commerce di RI tembus Rp533 triliun*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Kompas.com. (2023). *6 Marketplace terbesar di Indonesia tahun 2022: Shopee teratas*. Kompas.com.
- Kontan. (2021). *Bukan Shopee, inilah e-commerce dengan pengunjung paling banyak pada kuartal 2-2021*. Kontan.co.id.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran* (1 ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (ed.); 13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen pemasaran* (13 (ed.)). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (12 ed.). Indeks.
- Lauwrentius, S. (2015). *Penciptaan city branding melalui maskot sebagai upaya mempromosikan Kabupaten Lumajang*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Milhinhos, P. R. V. (2015). *The impact of content marketing on attitudes and purchase intentions of online shoppers: The case of videos & tutorials and user-generated content*. FGV Repository.
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh konten marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi minat beli pada pengguna aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee (Survei pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167–176.

- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh content marketing terhadap pembentukan brand awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8(2), 45–57.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (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.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningsih, H. D. (2021). Pengaruh content marketing dan dukungan influencer terhadap minat beli konsumen pada produk fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 137–146.
- Rahmati. (2009). *Pemanfaatan e-commerce dalam bisnis di Indonesia*. Citozcome.
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia Pustaka Utama.
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis e-WOM, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphome di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 47–54.
- Setyobudianto.com. (2024). *Marketshare marketplace e-commerce di Indonesia 2024*. Setyobudianto.com.
- Steimle, J. (2014). *What is content marketing?* Forbes. <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/>
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistik nonparametris untuk penelitian* (Cetakan 9). Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Statistik nonparametris untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistio, A. B. (2020). *Branding sebagai inti dari promosi bisnis*. SAE Indonesia.
- Surachman, S. A. (2008). *Dasar-dasar manajemen merek*. Bayumedia Publishing.
- Tempo.co. (2020). *Top 10 e-commerce di Indonesia kuartal I 2020*. Tempo.co.

- Toby, M. D., & Wahjono, S. (2024). *Struktur organisasi di marketplace Lazada*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Wikipedia. (2023). *Lazada*. Wikipedia Bahasa Indonesia.
- Wonua, A. R., Ismanto, I., & Santi, S. (2023). Pengaruh citra merek dan trust terhadap minat beli di marketplace Shopee (Studi pada masyarakat pesisir Suku Bajo di Kabupaten Bombana). *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 146–161.
- Zahoor, S. Z., & Qureshi, M. A. (2017). Social media marketing and brand equity: A literature review. *Business Perspectives and Research*, 5(1), 1–14.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen pemasaran teori dan strategi*. Forum Pemuda Aswaja.