



DAFTAR PUSTAKA

Ahyar, H., Sukmana, D. J., & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.

Dhini, Vika Azkiya. (2022). 10 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022. Diakses pada 08 oktober 2022.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022/>.

Faradilla, A. (2022). Apa Itu Digital Marketing? Definisi, Manfaat, dan Strateginya. Diakses pada 08 oktober 2022. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-digital-marketing/>.

Filbert, Marcel., dan Wulandari, Astri. (2018). Analisa Penerapan *E-commerce* Pada UMKM Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, Vol.4, No.3 (2018). <https://core.ac.uk/download/pdf/299926451.pdf>

Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares* Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan WarpPLS 7.0 (Ed. IV). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Green, Mark C., Warren J. Keegan. (2020). *Global Marketing. 10th Edition. England: Pearson Global Edition*.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. In Springer. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813/>.

Hair, J. F., William, C. B., Barry, J., Rolph, E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth edition*. United Kingdom: Cengage.

Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*.18. Meltwater. http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping_Content_Marketing_eBook.pdf/.

Keller, Kevin Lane., Vanitha Swaminathan (2020), *Strategic Brand Management building, Measuring, and Managing Brand Equity, 5th Edition, England: Pearson*.

Kemp Simon. (2022). DIGITAL 2022: INDONESIA. Diakses pada 08 Oktober 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia/>.

Kingsnorth, Simon. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, 1st Edition*. London : Philadelphia: Kogan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane, (2016). *Marketing Management 15th Edition, United States of America: Pearson Global Edition.*

Kotler, Philip., Armstrong, G., dan Oliver Opresnik. M (2018). *Principles of Marketing 17th Edition. United States of America: Pearson Global Edition.*

Kotler, Philip., Hermawan Kertajaya, Iwan Setiawan (2017), *Marketing 4.0 Moving From Traditional To Digital, New Jersey : John Willey & Sons, Inc.*

Kotler, Philip., Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Hongwi He (2020), *Principles Of Marketing, Eight European Edition, England : Pearson.*

M. Bria, S. Sutirto, and A. H. Muda, (2019). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan jenis Pemeliharaan Embung Irigasi," MEDIA KOMUNIKASI TEKNIK SIPIL, vol.25, no. 2, pp. 160-170.

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mkts/article/view/20455/>.

Mumpuni, A., & Cahyani, L. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Melalui Instagram Terhadap Citra merek Konsumen Pada *Comfort Of Chocolate* Tahun 2020. *E-Proceedings of Applied Science*, 7(3).

Odden, L. (2012). *Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.*

Pangestu, Qayyum Deyatari & Didiek Tranggono (2022), Pengaruh *Content Marketing* Instagram Terhadap Citra merek Disney+Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Signal* Volume 10, No. <https://www.jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/7005/>.

Pertiwi, Dewanti (2018), Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute, *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Vol 8, No 2 (2018).

<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/view/3915>

Pullizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less. United States of America: McGraw-Hill Professional.*

Putra, Anggara Satria (2015), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013), *Jurnal Nominal Universitas Negeri Yogyakarta/ Vol IV No 2.*

Riyanto, Andi Dwi. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022.* Diakses pada 08 Oktober 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.

Rizki, Dini N. (2022). *Majoo : E-commerce* adalah. Diakses pada 08 Oktober 2022. <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah/>.

Umar, Husein. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Desertasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wikipedia. Media Sosial. Diakses pada 08 Oktober 2022.

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial/.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.