

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225–236. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11.
- Andini, R. I. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kota Palembang). *K&K Jurnal Manajemen*, 3(2), 705–724.
- Arribe, E., Winarso, D., & Siregar, S. R. (2019). Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Akademik (SIAM) Menggunakan Metode Delone Dan Mclean. *Jurnal Fasilkom*, 9(2), 429–439.
- Azzahra, A., & MH Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481–496. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.288>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262–267. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.284>
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Fitriyani, Z. A. (2021). Buying Decision: Ditinjau dari Store Atmosphere, Price, dan Word of Mouth Pada Toserba Duta Mojokerto. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 6(1), 103–112. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v6i1.1147>
- Gurjar, P., Kaurav, R. P. S., & Thakur, K. S. (2019). Content Marketing: Concepts and Its Relevance in the Tourism Industry. *SSRN Electronic Journal, January*, 289–297. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3307713>

- Hambali, O. N. V., Suwarsono, B., & Kurniawan, B. W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Ayam Bakar & Goreng Lestari di Nganjuk). *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 50–60.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 32–40. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramdani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Management Adn Business Review*, 5(2), 224–238.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.
- Kartika, Y., & Shihab, M. S. (2019). Membangun Positive E-Wom Melalui E-Service Quality, Kepercayaan Dan Kepuasan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 195–204. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1942>
- Kemarauwana, M., & Chotim, L. F. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dan Offline Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Konsumen Pada Konsumen Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Di Kota Surabaya. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 21(1), 1–9.
- Lay, A. G. M., & Marvianta, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Electronic Word of Mouth (E-Wom), Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Aplikasi Marketplace). *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.99>
- Marcella. (2019). Pengaruh Application Content Dan Customer Care Terhadap Eloyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konteks E-Commerce Shopee. *Strategi Pemasaran*, 6(2).
- Marso, & Idris, R. (2022). Impact of Store Atmosphere on Customer Loyalty through Perceived Quality and Satisfaction: An Evidence from Boutique Industry in Tarakan. *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 186–197. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.186-197>
- Muhajadah, I. N., & Setiawati, C. I. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Upnormal Coffee Roasters Global Project Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6855–6862.

- 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. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Muthmainnah, H., & Triyanto, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 24–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.62108/great.v1i1.546>
- Naomi, L. S. L., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Davina Di Desa Sumberkima. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 403–411.
- Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i4.735>
- Noviana, R. S., & Khuzaini. (2022). Pengaruh Brand image, E-WOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–15.
- Oliveira, R. de C., Baldam, E. D., Da Costa, F. R., & Pelissari, A. S. (2020). A influência da percepção de utilidade de avaliações online na intenção de compra de serviços de hotelaria. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 14(2), 30–45. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1695>
- Pangestu, V. B. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1349–1359. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pradini, G., & Ananda, A. (2022). Peran Food & Beverage Service Dalam Memberikan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Mcdonald's Jatipadang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 263–277. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/1131>
- Pradini, G., & Padila. (2022). Kajian Kualitas Pelayanan Produk Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2720–2731.
- Pratama, P. D. A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food Di Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 273. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32339>
- Rahmayanie, E., Sianturi, J. K. O., Yessica, & Mani, L. (2024). Pengaruh Content Marketing, Layanan, Dan Kepuasan Terhadap Kepesertaan Aktif Yang

- Berlanjut Pada Bpjs Ketenagakerjaan. *Open Journal Systems*, 18(9), 2341–2348.
- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 410. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1081>
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada PegiPegi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 291–303.
- Saodin, S. (2021). Pengaruh E-Servqual Terhadap E-Satisfaction, E-Wom Dan Online Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 12(1), 15–30. <https://doi.org/10.52657/jiem.v12i1.1450>
- Sari, E. N., Hartono, & Hidayat, M. S. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere, Experiential Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Pada Cafe House Of Essentials Mojokerto. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 232–246. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i5.154>
- Setiana, N. D., & Tjahjaningsih, E. (2024). The Influence of Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Reviews on Satisfaction and its Impact on Tiktok Consumer Loyalty (Study on Semarang City Students). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1509–1517. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Suarsa, S. H. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Pada Online Travel Agent (Ota) Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Di Topas Galeria Hotel, Bandung. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50–56. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.112>
- Suprajang, S. E., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). The Influence of the E-Wom and Service Quality towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Natural Tourist Destinations in Blitar Regency, East Java, Indonesia. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(1), 39–44. <https://doi.org/10.9790/487X-2101043944>
- Susanto, A. R., Fauziah, & Sharyanto. (2022). Rancang Bangun Sistem Pengelolaan Konten Marketing dan E-commerce Berbasis Lintas Platform. *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.52362/jmijayakarta.v2i1.732>
- Taftasani, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Imah Kopi Mamang BRP Kota Tasikmalaya). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 1343–1346.
- Tanjung, J., & Effendy, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Aplikasi, Electronic

- Word of Mouth, Dan Kualitas Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 632–642.
- Utomo, S. B., & Riswanto, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Gumilang Motor Rajagaluh Kabupaten Majalengka. *Syntax Idea*, 1(6), 93–118.
- Vicky. (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. *Agora*, 7(2), 1–6.
- Viviana, C., & Candraningrum, D. A. (2019). E-Wom Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner. *Prologia*, 2(2), 270. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3587>
- Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Strabucks Drive Thru Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 52–64. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.44590>
- Welsa, H., & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). In *Jurnal EBBANK* (Vol. 10, Issue 1, pp. 1–16).
- Wulandari, R., & Irama, O. N. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Hasil Jual Pada UMKM Pembudidayaan Jamur Tiram. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 299–302. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.456>
- Yaqin, A. (2020). Peran E-Satisfaction Sebagai Mediasi Pada E-WOM (Studi Pada Pelanggan OLX). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 506–516.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>