

## Daftar Pustaka

- Azis, Y. A. (2022, 21 November). Pengertian Influencer Menurut Para Ahli. diakses pada 10 Desember 2023 dari Bukunesia. <https://bukunesia.com/pengertian-influencer/>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, volume 14, Nomor 1, hal 15–31.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal Ebbank*, Vol 8, No 1, hal 89–98.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang : PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Budiari, N. L. P., Kusmawan, I. M. H., & Daara, S. K. A. (2023). Pengaruh Produk Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Di Counter Handphone Di Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ganec Swara*, Vol. 17. No 2. Juni 2023. Hal 743-749. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i2.481>
- Dwi astutir, u., & lestari, i. (2019). Dampak pemasaran online terhadap perilaku pembelian konsumen studi kasus mahasiswa ekonomi angkatan 2017 universitas tidar magelang. *jurnal online mahasiswa manajemen*, Vol 1, No 1.
- Dinanti, J. (2023). Pengaruh konten akun instagram @pringsewu\_foodies terhadap minat beli followers pada produk kuliner di kabupaten pringsewu. (skripsi sarjana, universitas lampung) <https://digilib.unila.ac.id/73802/>
- Fadilla, z., ketut ngurah ardiawan, m., eka sari karimuddin abdullah, m., jannah ummul aiman, m., & hasda, s. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Kota Pidie : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012), [Http://penerbitzaini.com](http://penerbitzaini.com)
- Fauziah, n., isyanto, p., yani, d., studi manajemen, p., & ekonomi dan bisnis universitas buana perjuangan karawang, f. (2023). Pengaruh konten digital marketing dan electronic word of mouth terhadap minat beli di tiktok shop pada mahasiswa program studi di manajemen universitas buana perjuangan karawang. *Jurnal ilmu sosial dan pendidikan (jisip)*, Vol 7, No 1, Hal 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4854/http>
- Gesta nabilla, a., & tuasela, a., (2021). Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika. *Jurnal kritis (kebijakan, riset, dan infoemasi)*. Vol 5, No 2, ISSN 2579-7875
- Gusniar, a. (2022). Pengaruh attractiveness, trustworthiness, dan expertise beauty vlogger terhadap minat beli produk kecantikan di youtube (studi pada mahasiswi di

- tiga universitas yogyakarta). *Exero : journal of research in business and economics*, Vol 3, No 2, Hal 187–210. <https://doi.org/10.24071/exero.v3i2.4297>
- Ginting, M. C., & Silitonga, I. M. (2019). Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, Vol 5, No 2, Hal 195–204.
- Jannah, B. P. dan L. miftahul. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).  
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Maharani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga : CV. Eurieka Media Aksara. <https://www.scribd.com/document/687007879/406518-Manajemen-Pemasaran-Implementasi-Strateg-85b39dbf>
- Lesmana, d., & valentina, g. M. (2021). Digital marketing rumah makan padang melalui instagram berdasarkan social construction of technology. *Commentate: journal of communication management*, Vol 1, No 1, Hal 17.  
<https://doi.org/10.37535/103002120212>
- Mardiatmoko, (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda. *Barekeng: jurnal ilmu matematika dan terapan*, Vol 14, No 3, Hal 333–342.  
<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marsono. (2018). Pengaruh People, Physical, Evidence, Product, Promosion, Price, dan Place terhadap tingkat kunjungan di cafee its milk cilacap. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 47–67
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, Vol 9 (2), Hal 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Mitha christina ginting, & ivo maelina silitonga. (2019). Pengaruh pendanaan dari luar perusahaan dan modal sendiri terhadap tingkat profitabilitas pada perusahaan property and real estate yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*. Vol 5. No 2. Hal 195-204. [Http://ejournal.lmiimedan.net](http://ejournal.lmiimedan.net)

- Mononimbar, W. B. J., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2023). the Influence of System Accessibility, Privacy, and Efficiency on Customer Satisfaction At Traveloka Application User in Manado. *407 Jurnal EMBA*, *11(2)*, 407–418. [www.dailysocial.net](http://www.dailysocial.net)
- Mulyana, A. (2018). Pengaruh Biaya Bahan Baku, dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Harga Pokok Produksi di PT. Saranacentral Bajatama Tbk. *Jurnal Riset Akuntansi*, *10(1)*. <https://doi.org/10.34010/jra.v10i1.962>
- Nabilla A. G, A. T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi. *Jurnal Kritis*, Vol 5, No 2, Hal 21–40. ISSN 2579-7875
- Novihenti, f. (2022). Pengaruh online customer review, online customer rating dan kemudahan penggunaan aplikasi online shop shopee terhadap minat beli. In *program studi manajemen bisnis syariah* (Issue 8.5.2017). (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Surakarta) <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3962/>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, vol 7 no (1), 1–17.
- Puspita, A. Della, Sarsono, S., & Istiqomah, I. (2023). Media Sosial, Online Costumer Review dan Digital Payment terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok di Surakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5(1)*, 55–68. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3374>
- 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. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, *5(2)*, 146–148. <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace. *Forum Ekonomi*, *23(3)*, 405–412. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Setiawati. (2021). Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1(8)*, 1581–1590.
- Syamsurizal, & Ernawati Sri. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal Brand*, Vol 2. No 2. Hal 1–7. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>

- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. In CV sah media, Makassar :<https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/401/Konsep%20dan%20strategi%20pemasaran%20Yusuf%20Saleh%20%26%20Miah%20Said.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salsabila, A., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Social Media, Word of Mouth, dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Lovesick Coffee Bekasi). *Jurnal STIE Indonesia*, 1–19.
- Sutiani, N. W. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Di Desa Marga Tabanan. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 6(1), 37–43. <https://doi.org/10.47532/jic.v6i1.801>
- Taufiqur rahman. (2019). *Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen coffe go-kopi di kota malang)*. (Skripsi sarjana, Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim) <http://etheses.uin-malang.ac.id/15549/1/15510241.pdf>
- Taluke, d., lakat, r. S. M., & sembel, a. (2019). Analisis preferensi masyarakat dalam pengelolaan ekosistem mangrove di pesisir pantai kecamatan loloda kabupaten halmahera barat. *Jurnal spasial*, 6(2). ISSN 2442-3262. <https://doi.org/10.35793/sp.v6i2.25357>
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 71–88. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11743>
- Wahyuni, S. (2015). Kepuasan Konsumen ditinjau dari Pelayanan pada Lesehan Apung Pacet Mini Park di Desa Warugunung Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *E-Journal Boga*, 04(3), 39–48.
- Yahdi Kusnadi, M. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal Paradigma*, XVIII(2), 89–101.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awereness Bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid 19. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.
- 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>