

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Batra, R., Myers, J. G. (1996). Advertising Management, New Jersey: Prentice Hall.
- Afriani, M., Suryati, S., & Marianti, L. (2023). Analisis Tayangan Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Perilaku Sosial Masyarakat Palembang. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1), 38-46.
- Ahdiat, A. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. Databoks. Katadata. Co. Id.
- Aiolfi, S., Bellini, S., & Pellegrini, D. (2021). Data-Driven Digital Advertising: Benefits and Risks of Online Behavioral Advertising. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(7), 1089-1110.
- Aji, A. K., & Dwihantoro, P. (2024). Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram@ ussfeed). *Jurnal Audiens*, 5(2), 334-348.
- Ali, S., Hafeez, M., & Rehman, S. (2021). Perceived Intrusiveness of Affiliate Ads on Social Media Platforms. *Journal of Consumer Behavior*, 20(4), 333–347.
- Amalia, A. M. C. (2022). Cognitive Dissonance Theory Part I. Binus.ac.id. <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2022/04/14/cognitive-dissonance-theory-part-i/>
- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (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.
- Amelia, N., & Rustandi, D. (2021). Dampak Paparan Konten Afiliasi terhadap Kesejahteraan Psikologis Pengguna Twitter. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 121–133.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Amna, A. (2023). Analisis Usability Sistem Pakar Masker Organik Menurut Jenis Kulit Menggunakan Metode Forward Chaining Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika dan Elektro*, 5(1), 16-30.
- Andriyani, W., Widyanti, R., & Husnurrofiq, H. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Study pada Karyawan Rumah Sakit Islam Banjarmasin). *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 65-82.

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94–107.
- Anisah, T. N., & Miswanto, M. (2021). Perceived Intrusiveness, Consumer Attention, And Intent to Purchase: The Moderating Effect Of Celebrity Preferences. *Sebelas Maret Business Review*, 6(2), 121-130.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar dengan Software R. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 327-334.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The Future of Social Media in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79–95.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram dan Path. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180-192.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astagiri, B. (2002). Spamming dalam Perspektif Hukum Pidana. *Jurnal Yuridika*, 25(1).
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Social Media Marketing Instagram terhadap Minat Beli Konsumen@ Souvenirmurah_Ta di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135-146.
- Azmi, Y. F., & Mulyana, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan @TelkomCare terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya pada Reputasi Perusahaan PT Telkom Indonesia di Era Pandemi Covid-19. *MediaKom : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. 12(1), 94-103.
- Bagyaratnam, A. (2024). Spamming on Twitter Unveiled: A Comprehensive Analysis. *Tweetdelete.net*. <https://tweetdelete.net/resources/spamming-on-twitter-unveiled-a-comprehensive-analysis/>
- Bara, A. B. B., Nasution, K. A., Ginting, R. Z., Kartini. (2022). Penelitian tentang Twitter. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 2715-2634.

- Biu, E.O., Nwakuya, M.T., & Wonu, N. (2019). Detection of Non-Normality in Data Sets and Comparison between Different Normality Tests. *Asian Journal of Probability and Statistics*, 5(4), 1-20.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume III.
- Boerman, S. C., Willemsen, L. M., & Van Der Aa, E. P. (2017). “This Post is Sponsored” Effects of Sponsorship Disclosure on Persuasion Knowledge and Electronic Word of Mouth in the context of Facebook. *Journal of interactive marketing*, 38(1), 82-92.
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too Much Facebook? An Exploratory Examination Of Social Media Fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148–155.
- Bu, Y., Parkinson, J., & Thaichon, P. (2021). Digital Content Marketing as a Catalyst for e-WOM in Food Tourism. *Australasian Marketing Journal*, 29(2), 142-154.
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01-11.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Schaedel, U. (2009). An Experimental Study of the Relationship Between Online Engagement and Advertising Effectiveness. *Journal of Interactive Marketing*, 23(4), 321–331.
- Curry, D. (2025). Shopee Revenue and Usage Statistics. *Businessofapps.com*. <https://www.businessofapps.com/data/shopee-statistics/>
- Damayanti, E. (2021). Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 4, No. 6, pp. 1386-1392).
- Danusantoso. (2023). Apa Itu Spam? Yuk, Bahas Jenis, Alasan, Hingga Cara Mencegahnya. *Kiriminaja.com*. <https://kiriminaja.com/blog/spam>.
- Databoks. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan

- Pembelian di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 178-190.
- Digimind. (2019). 10 Jenis Digital Marketing yang Wajib Kamu Ketahui. Digimind.id. <https://digimind.id/10-jenis-digital-marketing-yang-wajib-kamu-ketahui/>
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). “Instafamous” – Credibility and Self-Presentation of Micro-Celebrities on Social Media. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1432–1446.
- Dwijayanti, M. (2023). Perbandingan Efektivitas Program Afiliasi E-commerce di Indonesia. *Jurnal Digital Bisnis*, 6(2), 22–30.
- Fadhilah, L. A. Wulandari, C. Afni, S. N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing Akun Instagram@ Nazwaadinda_ terhadap Minat Pembelian Produknya Followersnya. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(2), 97-109.
- Febriada, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket. com di Youtube). *Prologia*, 4(1), 179-185.
- Frick, T. W., & Reigeluth, C. M. (2021). Cognitive Overload In Digital Environments: Causes And Implications. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 30(1), 45–64.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginee Indonesia. (2024). Top 5 Marketplace di Indonesia [Instagram post]. https://www.instagram.com/p/C2uXZkQr17Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58-73.
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rumeny, R. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 01-19.
- Gupta, S., & Sharma, R. (2022). Understanding Content Pollution in Affiliate Marketing on Twitter. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 18(1), 55–72.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. *Komunikasi Massa*.

- Hadi, S. (2000). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hakim, L. (2020). *Peran Spam Iklan di Kolom Komentar Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Akun@shop_herbal_fashion)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Hanum, A. N. A., Utami, D., & Suwarso, W. A. (2022). Disonansi Kognitif Masyarakat Kalimantan Barat Akibat Banjir Informasi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 39-57.
- Hidayat, A., & Muliasari, R. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 28-36.
- Hutchison, E. D. (2019). *Dimension of Human Behavior: Person and Environment* (6 edition). SAGE Publications.
- Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022). Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 117-138.
- Indonesia, C. N. N. (2024). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved June, 10, 2025.
- Indradewi, Z. Z., Priyowidodo, G., & Yogatama, A. (2022). Motif Pekerja Profesional Sebagai Pengguna Aplikasi FOMO. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2).
- Janadi, H. A., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Komunikasi Interpersonal Tenaga Upahan Bagian Fasilitasi Penganggaran dan Pengawasan di Kantor DPRD Kota Madiun. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Jannah, R. A. (2024). *Identifikasi Pola Ruang Aktivitas Lansia Pada UPTD Pelayanan Sosial Lanjut Usia Binjai* (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Karyawati, A. E., Wijaya, K. D. Y., & Supriana, I. W. (2023). A Comparison of Different Kernel Functions of SVM Classification Method for Spam Detection. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 8(2), 97-103.
- Khairunnisa, N. (2024). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Religiositas, Harga, dan Kepribadian Merek Halal Terhadap Loyalitas Merek Skincare The Originote Pada Generasi Z Jabodetabek* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).

- Kim, J., & Johnson, K. K. P. (2016). The Impact of Product Type on Consumer Responses to Sponsored Content on Social Media. *Journal of Advertising*, 45(4), 499–510.
- Kolcaba, K. (2003). *Comfort Theory And Practice: A Vision For Holistic Health Care And Research*. New York : Springer Publishing Company.
- Komar, H., Tunjungsari, H. K., (2019). Pengaruh Online Behavioural Advertising dan Consumer Trust pada Sikap dan Niat Konsumen Merespon Online Advertising. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 3(1), 71-81.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Kurniawan, A. B. (2024). Bagaimanakah Sosok Gen Z Indonesia Saat Ini?. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/08/04/bagaimanakah-sosok-gen-z-indonesia-saat-ini>
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Larasati, J. A., Susilo, D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Pesan Promosi Penjualan, Endorsement Beauty Influencer Terhadap Minat Beli Followers Instagram Rose All Day Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers On. *Jurnal Spektrum Komunikasi (Jsk)*, 10(2), 121-137.
- Lim, J. Y., Choi, M., & Park, E. (2023). Consumer Behavior Towards Affiliate Marketing on Social Media. *Journal of Interactive Advertising*, 23(1), 56–72.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of Human Communication*, Seventh Edition, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Liu, X., Shin, H., & Burns, A. C. (2019). Examining the Impact of Consumer Motives on Instagram Ad Avoidance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 293–302.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Mathew, V., & Soliman, M. (2021). Does Digital Content Marketing Affect Tourism Consumer Behavior? An Extension Of Technology Acceptance Model. *Journal Of Consumer Behaviour*, 20(1), 61-75.
- McCoy, S., Everard, A., Polak, P., & Galletta, D. (2007). The Effects of Online Advertising. *Communications of the ACM*, 50(3), 84-88.

- Meier, A., Reinecke, L. (2020). Computer-Mediated Communication and Time Displacement. *Current Opinion in Psychology*, 36, 105–109.
- Moustafa, K. (2016). Internet and Advertisement. *Science and engineering ethics*, 22, 293-296.
- Nomleni, K. E., & Timo, F. T. N. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Iklan Layanan Pinjaman Online Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 40-51.
- Noviasih, I. (2023). Program Pemasaran Affiliasi dan Dampaknya Bagi Affiliator E-Commerce Shopee Di Kabupaten Batang (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid).
- Nurfaiza, A. (2024). Mengenal Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Twitter atau X. *Kelas.work*. <https://kelas.work/blogs/mengenal-kelebihan-dan-kekurangan-media-sosial-twitter-atau-x#>
- Panggabean, E. S., Angkat, C. I., Sartika, D., Riswan, D., Utama, A. P., & Iqbal, M. (2023). Memahami Spam terhadap Digitalisasi Masyarakat Desa Perkebunan Sei Balai Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 270-278.
- Pieters, R., & Wedel, M. (2004). Attention Capture and Transfer in Advertising: Brand, Pictorial, and Text-Size Effects. *Journal of Marketing*, 68(2), 36–50.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- Prayoga, H. A. (2024). Peran Sistem Inaportnet di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Cirebon.
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*.
- Puspitasari, R. (2023). Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(2), 1-9.
- Putranto, M. N. (2020). Tinjauan Operasional Bagian General Affair pada PT Kamadjaja Logistics (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Rahmadani, Y., Sulistyowati, A., Wahyu, C. I., & Yunita, T. (2023). The Effect of Financial Literacy and Financial Attitude on Financial Management Behavior in Generation Z in Bekasi Regency. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 1(4), 474-483.
- Rahmi, C., Vizizou, C. I., Prastyo, B., Amri, A. F., Al Farisi, M. F., & Arrizzy, M. F. R. (2024). Tantangan dan Prospek Pengendalian Riba dalam Transaksi di

- E-Commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater). *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(2), 262-267.
- Ramadhan, A. F. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Content Marketing, dan E-Wom terhadap Purchase Decision Shopee (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram@ kedaikopikulo terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-15.
- Rowley, J. (2014). Business to Business Digital Content Marketing: Marketers Perceptions of Best Practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10-16.
- Sawitri, E., Purnomo, R. T., Mawardi, M., & Febriati, D. (2024). Penurunan Perilaku Merokok Sebagai Pengendali Tekanan Darah Bagi Masyarakat. *TRIAGE Jurnal Ilmu Keperawatan*, 11(1), 13-19.
- Sekarwangi, M., & Triharyanto, A. (2023). Iklan Sebagai Faktor Pengganggu Kenyamanan Pengguna Media Daring. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 5(1), 1-19.
- Shopee Seller Centre. (2024). Tentang Affiliate Marketing Solution. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/11241#:~:text=Shopee%20bekerja%20sama%20dengan%20lebih,yang%20tepat%20untuk%20mempromosikan%200toko>.
- Sintiani, S., Junita, A., & Meutia, T. (2023). Analisis Pencegahan Fraud di Jurnal Indonesia yang Terbit Pada Tahun 2020. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 190-200.
- Sissy, P., Aisadira, M., Khairani, D., Syahda, F., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 182-197.
- Snapcart. (2023). Era Baru Industri E-commerce Gaet Lebih Banyak Pasar Lewat Strategi Afiliasi, Shopee Affiliate Program Menjuarai Pilihan Masyarakat Melampaui TikTok Affiliate, Tokopedia Affiliate, dan Lazada Affiliate. <https://snapcart.global/era-baru-industri-e-commerce-gaet-lebih-banyak-pasar-lewat-strategi-afiliasi-shopee-affiliate-program-menjuarai-pilihan-masyarakat-melampaui-tiktok-affiliate-tokopedia-affiliate-dan-lazada-affiliat/>.

- Sorkin, D. E. (2000). Technical and Legal Approaches to Unsolicited Electronic Mail. *USFL Rev.*, 35, 325.
- Sudaryono. (2014). *Teori dan Aplikasi dalam Statistik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.
- Suryanto, I. M. (2023). Pengembangan Pemasaran Digital pada Pemasaran PT Tunas Dwipa Matra Honda Lampung.
- Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing terhadap Willingness to Buy pada Marketplace Shopee dengan Subjective Norm Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 9.
- Sutandi, S., & Selvia, S. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Mandarin Dan Budaya Tiongkok. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(2), 83-97.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Wahyuningsih, S. (2022). Gangguan dan Hambatan dalam Komunikasi Kesehatan. *Komunikasi Kesehatan*, 103.
- Wang, H., & Wu, Z. (2021). Effectiveness of Affiliate Content in Low-Relevance Contexts: A Case Study on Weibo. *Asian Journal of Marketing Research*, 13(3), 65–78.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Watiana, T. Z., Prastiwi, L., & Setiawan, W. (2024). Eksplorasi Etnomatematika pada Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Maluku Tenggara. *PHI: Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(2), 381-389.
- Webster, M. (2024). 136 Affiliate Marketing Statistics In 2025. *Authorityhacker.com*. Retrieved (www.authorityhacker.com/affiliate-marketing-statistics/)
- Wisnuadi, K. (2024). Faktanya Beda! Survey 2024 Media Sosial di Indonesia. Blog DiPStrategy Digital Agency Jakarta–Indonesia. Retrieved (<https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-media-sosial-berdasarkan-generasi-di-indonesia/>).
- WPADE. (2023). Affiliate Marketing Statistics 4. *Wpade.com*. <https://www.wpade.com/id/affiliate-marketing-statistics-4.html>

- X Help Center. (2023). Kebijakan Terkait Manipulasi Platform dan Spam. Help.x.com. <https://help.x.com/id/rules-and-policies/platform-manipulation>.
- Yuliyani, R. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).