

DAFTAR PUSTAKA

- Agyztia Premana, Gian Fitralisma, Andi Yulianto, M. Badruz Zaman, & M. A. Wiryo. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(2), 1–6.
<https://doi.org/10.46772/jecma.v1i01.219>
- Azizah, A. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–8.
<https://media.neliti.com/media/publications/253525-studi-kepustakaan-mengenai-landasan-teor-c084d5fa.pdf>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2014). John W. In *Mycological Research* (Vol. 94, Number 4, p. 522).
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.
- Elida, S. S., Wahyuarini, T., & Sofiana, E. (2022). Kebutuhan Konsumen Untuk Keunikan, Pengetahuan Lingkungan, Sikap, Minat Pembelian Mobil Listrik. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 324–337.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang (p. 466).
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri ImaHaifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data. : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Hartawidjaja, G. F., & Agus, A. A. (2023). Influencer’s Trustworthiness for Car Purchase. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1), 168–174.
<https://doi.org/10.35877/454ri.qems1446>
- Hendri, Irfana Diah Faryuni, & Zulfian. (2019). Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi. In *Prismafisika* (Vol. 7, Number 3, pp. 167–174).
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Ines AMaral. (2016). Instagram - Social Media. *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society*. <https://doi.org/10.4135/9781452206905>
- Kurnianto, Y. T. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasara Minuman di Banjar Baru (Studi pada akun Instagram @Tempatbiasa.kopi)*.

- Miles, J. G. (2019). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence* (pp. 84–86).
- Naufal, M. (2022). Pengaruh Online Review Youtube Terhadap Minat Beli Mobil Toyota Rush 2018 dengan Dimediasi Sikap Konsumen. *Master of Management [400]*, 6(11), 951–952., 4(1), 22–31.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer-Verlag.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1>
- Putri, F. C., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, J. A., & Pemasaran, K. M. (2016). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang)*.
- Rachman Jonni, R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2), 119–134. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art5>
- Rizaty, M. A. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia pada Maret 2019 - Maret 2024*.
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk UMKM Jatinegara Kaum. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 3(2), 38–46.
<https://pdfs.semanticscholar.org/bbfc/3c048b69249cd0b4346ca9c8f0b09a9f35a1.pdf>
- Sekaran, U., & Roger Bougie. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach (7th Ed.)*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sundaro, H. (2022). Positivisme dan Post Positivisme : Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan. *Modul*, 22(1), 21–30.
- UNESA. (2024). *Paradigma Penelitian*.
<https://s2pendidikanbahasainggris.fbs.unesa.ac.id/post/paradigma-penelitian>