

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *10 Jenis Konten Video yang Paling Banyak Ditonton Gen Z Global (Kuartal III 2023)*. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/index.php/teknologi-telekomunikasi/statistik/66e2bed163040/10-jenis-konten-video-favorit-gen-z-global>. Diunduh pada 13 September 2024
- Amirullah, Zulkarnain, M., & Astuti, Y. (2020). Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone. *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 2(1), 1–12.
- Astaivada, T. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word of Mouth, dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Jajanan Kuliner di Pelabuhan Kamal. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 263–277.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Malden, MA: Polity Press.
- Damanik, S. E., & Sahudra, T. M. (2021). *Manajemen Wilayah Hutan*. Yogyakarta: K-Media.
- Ikhwan. (2024). *Perilaku Organisasi: Konsep, Pendekatan dan Pemecahan Masalah*. Jakarta: LPMI.
- Jupp, V. (2006). *The SAGE Dictionary of Social Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. (2017). *Marketing An Introduction*, England: Person Education Limited.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta: Kencana.
- Laksmi, P. Rahmayanti, D., Ekawati. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan online food delivery service di bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 7(2).
- Maderazo, L. A., Rivero, C. C., & Balanay, M. Q. (2024). Food Vloggers Credibility as Social Media Influencers on Consumer Food Selection. *Batangas State University Rosario Campus*.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: NEM.
- Nurhidayati, M. (2022). *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Pekalongan: NEM.

- Nursansiw, D. A. (2024). The Impact of Social Media Influencers on Consumer Behavior. *Management Studies and Business Journal*, 5(8), 61–70.
- Panggabean, A. D. (2024). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. Dalam <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>. Diunduh pada 25 Agustus 2024
- Populix. (2023). *Omnichannel Digital Consumption Report 2023*. Dalam <https://info.populix.co/articles/report/omnichannel-digital-consumption/>. Diunduh pada 24 Februari 2024
- Priscillia, I. (2022). *Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia “Filosofi Pete” di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner oleh Masyarakat Surabaya*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdikarya.
- Rezeki, S. (2021). *Citra Lembaga Perguruan Tinggi dan Minat Mahasiswa*. Bali: Nilacakra.
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja. *E-Journal UMM*, 1(1), 80–85.
- Rusman, F. (2024). *Teori-teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Selviana. (2022). *Motif Penggunaan Akun Twitter @schfess sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Follower*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Setiana, A., & Nuraeni, R. (2021). *Riset Keperawatan*. Cirebon: Lovrinz Publishing.
- Setiawan, D., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). The Influence of Online Promotions, Reference Groups, and Ease of Use on Game Purchasing Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the Internet*. London: SAGE Publications.
- Valiant, V. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Konten Youtube Nex Carlos Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Gofood. *IKON :Jurnal Ilmu Komunikasi*, 29(1), 22–31.
- Wibisono, D. (2002). *Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yonatan, A. Z. (2024). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024*. Dalam <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>. Diunduh pada 25 Februari 2024