

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah dan Vera. (2020). *Pengaruh Konten Instagram Seblak Jeletet Murni Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram @seblak_jeletet_murni)*. Tersedia :
<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/457>
(Diakses 4 April 2022)
- Anjani, Hanum Putri. (2016). *Ini Alasan Kenapa Para Cewek Itu Doyan Banget Olahraga Mulut Alias Ngemil!*. Tersedia :
<https://www.idntimes.com/life/women/francisca-christy/cuma-cewek-yang-paham-kenapa-mereka-doyan-banget-olahraga-mulut-alias-ngemil> (Diakses 26 Mei 2022)
- Apriyanti & M, Neni Triana. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mebel Di Sinar Mas Mebel Kecamatan Teluk Keramat Kabupaten Sambas*. Tersedia :
<http://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp/article/view/2877/1665>
(Diakses 18 Oktober 2021)
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Azhari, Sonia. (2021). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone oleh Konsumen di Sumbar Smartphone Padang*. Tersedia :
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/172898/slug/pengaruh-promosi-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-produk-handphone-oleh-konsumen-di-sumbar-smartphone-padang.html> (Diakses 1 Mei 2022)
- Azmi, Muhammad. (2021). *Pengaruh Promosi Melalui Instagram Oleh Mom's Coffee and Kitchen Dalam Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. Tersedia :
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/35109/17321090.pdf?sequence=1> (Diakses 26 April 2022)

- Bacaterus. (2020). *Inilah 10 Varian Rasa Indomie Paling Enak dan Lezat, Setuju?*. Tersedia : <https://bacaterus.com/varian-rasa-indomie-paling-enak/> (Diakses 19 Oktober 2021)
- Centre, Australian Export Gains Innovation. (2019). *The Indonesian Noodle Market*. Tersedia : https://aegic.org.au/wp-content/uploads/2021/03/AEGIC-The-Indonesian-noodle-market_LR.pdf (Diakses 25 November 2021)
- Chandra, Muhammad Difa. (2021). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kereta di KAI Access*. Tersedia : <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/167427/slug/pengaruh-harga-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembelian-tiket-online-kereta-di-kai-access.html> (Diakses 14 November 2021)
- Chelasea. (2020). *Pengaruh Konten Social Media Marketing Xing Fu Tang melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian*. Tersedia : <https://kc.umn.ac.id/14530/> (Diakses 5 April 2022)
- Dimock, Michael. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Tersedia : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Diakses 24 Mei 2022)
- Febbyana, Deka Cahya. (2018). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen (Studi Kuantitatif mengenai Pengaruh Kandungan Pesan Foto, Gaya Komunikasi, dan Kualitas Informasi pada akun Instagram Klinik Kopi terhadap Minat Berkunjung Konsumen ke Klinik Kopi di Yogyakarta Tahun 2017)*. Tersedia : <http://www.jurnalkommas.com/docs/jurnal%20D0213031.pdf> (Diakses 26 April 2022)

- Gita, G. (2020). *Skripsi BAB III*. Tersedia : <http://repository.radenfatah.ac.id/7891/2/skripsi%20BAB%20III.pdf> (Diakses 03 Desember 2021)
- Guesehat.com. (2020). *Kandungan Gizi Mi Instan, Benarkah Selalu Buruk untuk Kesehatan?*. Tersedia : <https://www.guesehat.com/kandungan-gizi-mi-instan> (Diakses 10 April 2022)
- Gunelius, S. (2011). *30-minute Social Media Marketing Step-by-step Techniques to Spread the Word about Your Business*. United States: Mc-Graw Hill.
- Harahap, Nur Zannah. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara*. Tersedia : <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/2311/130502010.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Diakses 22 November 2021)
- Hilman, Nadia Ulfa Agustin. (2021). *Pengaruh Pemasaran di Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada UMKM Bordir Kota Tasikmalaya*. Tersedia : <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/172675/slug/engaruh-pemasaran-di-media-sosial-terhadap-proses-keputusan-pembelian-pada-umkm-bordir-kota-tasikmalaya.html> (Diakses 2 Mei 2022)
- Hulukati, Wenny & Djibran, Moh. Rizki. (2018). *Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo*. Tersedia : <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jbk/article/download/1787/pdf> (Diakses 23 November 2021)
- Indomie. (2022). *#TimBasah vs #TimKering*. Tersedia : <https://www.instagram.com/p/CV5XlP7FWPb/> (Diakses 5 April 2022)
- Irwansyah, Rudy, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung
- Joeng, Ricky Susanto. (2017). *Cara Mengatur Keuangan Mahasiswa: Belum Punya Penghasilan Tetap dan Masih Bergantung pada Orang Tua*. Tersedia : <https://www.finansialku.com/cara-mengatur-keuangan-mahasiswa-belum->

punya-penghasilan-tetap-dan-masih-bergantung-pada-orang-tua/ (Diakses 22 Mei 2022)

Khaerunnisa, Annita & Aeni, Nur. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pada Produk Indomie (Studi Kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa program manajemen non reguler angkatan 2015)*. Tersedia : <https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran?ref=25837&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain> (Diakses 28 November 2021)

Khairunnisa. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian Mie instan merek Mie Sedaap Pada Masyarakat Desa Bencongan*. Tersedia : <https://library.gunadarma.ac.id/repository/pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembelian-mie-instan-merek-mie-sedaap-pada-masyarakat-desa-bencongan-ssm> (Diakses 24 November 2021)

Kinanti, Annisa Shafa. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram*. Tersedia : <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/167576/slug/pengaruh-digital-marketing-terhadap-brand-awareness-lemonilo-melalui-instagram.html> (Diakses 5 April 2022)

Klik Indomaret. (2022). *Klik Indomaret*. Tersedia : <https://www.klikindomaret.com/> (Diakses 10 April 2022)

Kompas. (2020). *Mi Instan yang Diklaim Lebih Sehat, Seperti Apa?*. Tersedia : <https://www.kompas.com/food/read/2020/07/29/100700375/mi-instan-yang-diklaim-lebih-sehat-seperti-apa?page=all> (Diakses 3 April 2022)

Kompas. (2021). *Kisah Mi Instan Andalan Indofood : Supermi, Indomie, dan Sarimi*. Tersedia : <https://money.kompas.com/read/2021/08/25/134700026/kisah-mi-instan-andalan-indofood-supermi-indomie-dan-sarimi?page=all> (Diakses 15 April 2022)

- Kontan.co.id. (2021). *Begini strategi Lemonilo kembangkan produk mi instan*. Tersedia : <https://industri.kontan.co.id/news/begini-strategi-lemonilo-kembangkan-produk-mi-instan> (Diakses 19 April 2022)
- Kosasih, Vincent Rivaldi dkk. (2021). *Analysis on the Influence of Price, Product, and Advertisement on the Purchasing Decision of Indomie Instant Noodle*. Tersedia : <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEDS/article/viewFile/55896/57726>. (Diakses 24 November 2021)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kurniani, A. T., & Priansa, D. J. (n.d.). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Produk Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Solo)*. 8.
- Lemonilo. (2021). *Lemonilo*. Tersedia : <https://www.lemonilo.com/> (Diakses 1 April 2022)
- Lemonilo. (2022). *Temukan Kejutan dalam kemasan Mie Lemonilo Edisi Spesial Lemonilo x NCT DREAM*. Tersedia : <https://www.instagram.com/p/CZn5K9Nu-Bz/> (Diakses 2 April 2022)
- Lienanta, Steffie. (2020). *Pengaruh Konten Media Sosial @haus.indonesia terhadap Brand Image*. Tersedia : <https://kc.umn.ac.id/14035/#:~:text=Hasil%20uji%20hipotesis%20menunjukkan%20bahwa,sosial%20berpengaruh%20terhadap%20citra%20merek>. (Diakses 2 April 2022)
- Lokadata. (2018). *Beras Makanan Produk Mi Instan*. Favorit. Tersedia: <https://amp.lokadata.id/amp/beras-makanan-pokok-mi-instan-favorit> (Diakses 29 November 2021)

- Lokadata. (2019). *Beras Makanan Pokok, Mi Instan Favorit*. Tersedia : <https://lokadata.id/artikel/beras-makanan-pokok-mi-instan-favorit> (Diakses 19 Oktober 2021)
- Lokadata. (2020). *Prospek Bagus Mie Instan Asal Indonesia*. Tersedia: <https://amp.lokadata.id/amp/prospek-bagus-mi-instan-asal-indonesia> (Diakses 29 November 2021)
- Lupiyoadi, Rambat, dkk. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mamikos.com. (2018). *Hai Mahasiswa, Inilah 7 Dampak Positif Jadi Mahasiswa yang Tinggal di Kost*. Tersedia : <https://mamikos.com/info/mahasiswa-yang-tinggal-di-kos/> (Diakses 27 November 2021)
- Mardhatilla, Jasmine. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @Senemu.Coffee Terhadap Minat Beli-nya di Kafe Senemu 2.1*. Tersedia : https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2077/56/UNIKOM_JASMINE%20MARDHATILLA_41815022_Artikel.pdf (Diakses 30 April 2022)
- Marpaung, Fenny Krisna dkk. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. Tersedia : <http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134/120> (Diakses 13 Oktober 2021)
- Maulida, Hilma. (2021). *Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Loyalty Pada Aplikasi LinkAja Melalui E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. Tersedia : <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169043/slug/pengaruh-e-service-quality-terhadap-e-customer-loyalty-pada-aplikasi-linkaja-melalui-e-customer-satisfaction-sebagai-variabel-intervening.html> (Diakses 14 November 2021)
- Mayasari, I., Sugeng, N.W., Ratnaningtyas, H. (2021). *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan*

Tradisional. Tersedia : <https://repository.stpttrisakti.ac.id/1000/> (Diakses 23 Oktober 2021)

Melinda, Tina. (2021). *Analysis of Marketing Mix and Purchasing Decisions (a Study of Kene Kopi Products)*. Tersedia : <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/8838> (Diakses 22 November 2021)

Merdeka.com. (2020). *5 Media Sosial Terpopuler di Dunia, Anda Pakai yang Mana?.* Tersedia : <https://www.merdeka.com/teknologi/5-media-sosial-terpopuler-di-dunia-anda-pakai-yang-mana.html> (Diakses 20 April 2022)

Mie Sedaap. (2022). *Gaya Masak Zodiak Berdasarkan Zodiak Part 2*. Tersedia : <https://www.instagram.com/p/CaZJM3SIOMC/> (Diakses 3 April 2022)

Mukramah. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucy Fried Chicken (KFC) Cabang Sipin Kota Jambi*. Tersedia : <http://repository.uinjambi.ac.id/4931/1/skripsi%20mukramah%20pdf.pdf> (Diakses 24 November 2021)

Muzhiroh, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat)*. Tersedia : <http://repository.stei.ac.id/1537/4/BAB%203.pdf> (Diakses 25 April 2022)

Na'im, Ainun dkk. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret*. Tersedia : <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/download/50782/31379> (Diakses 1 November 2021)

Natasha, C & Subakti, A. G. (2020). *The Effect of Pricing on Purchase Decisions in Koultoura Coffee*. Tersedia : <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/729/1/012062/meta> (Diakses 22 November 2021)

Nugraha, Aditya Cahya, and Hari Susanta Nugraha. (2018). *“Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di*

Nasmoco Kaligawe Semarang.” *Journal of Business & Industrial Marketing*: 1–6

Pratama, Dika Putra & Sugiyono. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie*. Tersedia : <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3101> (Diakses 1 November 2021)

Puspayani, Shendi, Jessica dan Budiarto. (2021). *Pengaruh Konten Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang*. Tersedia : <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/3886/2368> (Diakses 4 April 2022)

RN, Hadi. (2019). *BAB 1 Pendahuluan*. Tersedia: <https://docplayer.info/47648025-Bab-i-pendahuluan-mie-adalah-makanan-alternatif-pengganti-beras-yang-banyak-dikonsumsi-masyarakat-mie-menjadi-populer-dikalangan-masyarakat-karena.html> (Diakses 8 Mei 2022)

Rowiyani & YPE, Yosephien Angelina` 2020. *Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Minimarket Indomart Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta*. Tersedia : <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/bhirawa/article/view/783> (Diakses 1 November 2021)

Sania, Annisa Putri. (2021). *Pengaruh Konten Pemasaran Instagram terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Akun Instagram @Tumbas.origine pada Tahun 2020)*. Tersedia : <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169469/slug/pengaruh-konten-pemasaran-instagram-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-pada-akun-instagram-tumbas-origine-pada-tahun-2020-.html> (Diakses 1 April 2022)

Santoso, (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Tersedia :

<https://repository.its.ac.id/2450/7/2813100040-Undergraduate-Theses.pdf>
(Diakses 19 April 2022)

Sarimi. (2022). *Bray, Shay ada yang mau kenalan nih*. Tersedia :
<https://www.instagram.com/p/CaWkCfxA137/> (Diakses 6 April 2022)

Setiorini, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Tersedia:
<http://digilib.uinsgd.ac.id/40791/1/PERILAKU%20KONSUMEN%20CETAK.pdf> (Diakses 10 Mei 2022)

Setyarini, Eri. (2013). *Pengaruh Perbandingan Tepung Terigu dengan Tepung Pisang Ambon Terhadap Elastisitas dan Daya Terima Mie Basah*. Tersedia :
<http://eprints.ums.ac.id/27227/> (Diakses 12 April 2022)

Siregar, Muhammad Aidil Safitrah. (2021). *Pengaruh Environmental Awareness dan Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian Air Minum AQUA di Kota Medan dengan Eco-label sebagai Variabel Mediasi*. Tersedia :
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/172034/slug/pengaruh-environmental-awareness-dan-green-promotion-terhadap-keputusan-pembelian-air-minum-aqua-di-kota-medan-dengan-eco-label-sebagai-variabel-mediasi.html>. (Diakses 14 November 2021)

Siregar, Sri Yusnida. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Instan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Tersedia :
<https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/7128/140502020.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Diakses 24 November 2021)

Sitompul, Julia Sartika Dewi. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Produk Mie Sedaap di Kota Medan*. Tersedia :
<http://repository.unj.ac.id/2055/1/SKRIPSI%20FIX%20pdf.pdf> (Diakses 24 November 2021)

Stefanus, Henry. 2015. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention dengan Mediasi Brand Equity pada Produk Mie Instan Indomie di Surabaya*. Tersedia :

<http://repository.wima.ac.id/id/eprint/1113/7/Lampiran.pdf> (Diakses 23 November 2021)

Sugiyono, Prof. Dr. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alvabeta Cv.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alvabeta CV.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alvabeta CV.

Suharso, Arien A. P. (2020). *The Effect of Products and Prices on Purchasing Decisions of Health Food*. Tersedia : https://www.researchgate.net/publication/354242910_The_Effect_of_Products_and_Prices_on_Purchasing_Decisions_of_Health_Food. (Diakses 22 November 2021)

Sukron, Muhammad. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Batik Al-Fath Kota Jambi*. Tersedia : <http://repository.uinjambi.ac.id/6601/1/skripsi%20sukron%20Watermark.pdf> (Diakses 25 April 2022)

Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Supermi. (2022). *Yuk, Tunda Dulu Ketemuan. Kirim #TemanKebiasaanBaik Buat Saling Support Jaga Kesehatan*. Tersedia : <https://www.instagram.com/p/CZyVHL9JzX5/> (Diakses 3 April 2022)

Suryani dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri

Syahbani, M. Fariz. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Food Blogger Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa di Kota Bandung*. Tersedia : <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/127762/slug/pengar>

uh-promosi-melalui-food-blogger-pada-media-sosial-instagram-terhadap-minat-beli-mahasiswa-di-kota-bandung.html (Diakses 4 April 2022)

Tyas, Anggorowati, Olivia Hutagaol. (2021). *The Effect of Social Media Content on Buying Decision of HijUp.com*. Tersedia : <https://journal.lspr.edu/index.php/jcpr/article/download/362/140/1123> (Diakses 4 April 2022)

Ully, Shella Rafiqah. (2020). *7 Bocoran Strategi Jualan dari Lemonilo untuk Bikin Daganganmu Semakin Laku*. Tersedia : <https://www.lemonilo.com/amp/blog/7-bocoran-strategi-jualan-dari-lemonilo-untuk-bikin-daganganmu-semakin-laku> (Diakses 11 April 2022)

UNTAG. (2020). *Analisis Komparatif Tingkat Cita Rasa dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Antara Indomie dan Sedaap di Surabaya*. Tersedia : <http://repository.untag-sby.ac.id/5074/7/LAMPIRAN.pdf> (Diakses 23 November 2021)

Widiyaningsih, Tina Hidayat. (2018). *Gambaran Health Belief Pengkonsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa*. Tersedia : <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-11071-JURNAL.Image.Marked.pdf> (Diakses 15 Juni 2022)

Wingscorp. (2016) *.Mie Sedaap*. Tersedia : <https://wingscorp.com/brand-detail/mie-sedaap/> (Diakses 15 April 2022)

Yolanda, Yolanda. (2019). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram AYE&Co terhadap Keputusan Pembelian*. Tersedia : <https://kc.umn.ac.id/11657/> (Diakses 1 April 2022)

Z, Fikriyah. (2020). *STIE BAB 1*. Tersedia: <http://repository.stiedewantara.ac.id/1054/3/BAB%20I.pdf> (Diakses 23 November 2021)

Kuspriyono, Taat. (2017). *Pengaruh Promosi Online Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar*. Tersedia : <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/2231> (Diakses 8 April 2022)