

DAFTAR PUSTAKA

- Adheliana, D. (2023). Desain Content Marketing Media Sosial Guna Membangun Brand Awareness Daya Potensia Indonesia. *Admit*, 1(2), 281–303. <https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.1918>
- Aguirre-Urreta, M. I., Rönkkö, M., & McIntosh, C. N. (2019). A Cautionary Note on the Finite Sample Behavior of Maximal Reliability. *Psychological Methods*, 24(2), 236–252. <https://doi.org/10.1037/met0000176>
- Al-Ababneh, H. A. (2022). Researching Global Digital E-Marketing Trends. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1(13(115)), 26–38. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252276>
- Al-Fajri, D. S. (2024). *eCommerce Brand Kecantikan Lokal Geser Dominasi Brand Global pada 2024*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/brand-perawatan-kecantikan-lokal-menggeser-dominasi-brand-global-pada-2024-gQLD2>
- Amajida, D., Yassar, M. N. E., & Hanifah, H. (2023). Adaptasi Skala Transgression Related Interpersonal Motivations (Trim 18) Terhadap Hubungan Romantis Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 242–256. <https://doi.org/10.35760/psi.2023.v16i2.7923>
- Andani, K. F. (2023a). Urgensi Psikologi Pendidikan Perspektif Al-Qur'an Dan Sosial. *Al-I Tibar Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 32–38. <https://doi.org/10.30599/jpia.v10i1.2120>
- Andani, K. F. (2023b). Urgensi Psikologi Pendidikan Perspektif Al-Qur'an Dan Sosial. *Al-I Tibar Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 32–38. <https://doi.org/10.30599/jpia.v10i1.2120>
- Anggraeni, N. L. P. P., Jayendra, P. S., & Kuntariati, U. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Di Savaya Day Club Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 283–295. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.301>
- Apriansyah, A., & Muhmin, N. A. H. (2023). The Influence of Brand Image and Trust Brand Againts Xiaomi Brand Loyalty Throught Customer Satisfaction. *International Journal of Asian Business and Management*, 2(2), 117–128. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i2.3834>
- Arifin, A. A., Zakaria, A., & Perdana, P. N. (2020). Pengaruh Ukuran, Kompetensi Dan Frekuensi Rapat Komite Audit Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Dengan Reputasi Auditor Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal*

Akuntansi Perpajakan Dan Auditing, 1(1), 66–85.
<https://doi.org/10.21009/japa.0101.05>

Artameviah, R. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta)*. *Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.

Aulia, R. N. (2024). Membangun Keterlibatan Konsumen Melalui Strategi Konten Marketing Dalam Live Streaming: Analisis Kualitatif Terhadap Brand Yang Berhasil Di Shopee. *Innovative Journal of Social Science Research*, 4(2), 5721–5736. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9848>

Bazaco, A., Redondo, M. J., & Sánchez-García, P. (2019). *Clickbait as a Strategy of Viral Journalism: Conceptualisation and Methods*. <https://doi.org/10.4185/rlds-2019-1323en>

Behunova, A. (2023). Analysis of the Usage of Modern Marketing Strategies in Commercial Logistics. *Acta Logistica*, 10(04), 515–522. <https://doi.org/10.22306/al.v10i4.427>

Chinomona, R. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as Antecedents of Brand Loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124–139. <https://doi.org/10.1108/ajems-03-2013-0031>

Dada, M. H. (2021). Impact of Brand Association, Brand Image & Brand Loyalty on Brand Equity. *Journal of Marketing Strategies*, 3(1), 29–43. <https://doi.org/10.52633/jms.v3i1.33>

Damayanti, L. R. (2023). Brand Loyalty and Halal Awareness for Halal Beverage Product Among Gen Z. *Ultima Management Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 198–211. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v15i2.3314>

Deni, N., Wijayanto, G., & Nursanti, A. (2024). The Influence of Health Awareness and Product Knowledge on Intention to Purchase Lemonilo Instant Noodle Products Mediated by Attitude in Pekanbaru City. *Journal of Accounting Management Business and International Res*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.57235/jambuaair.v3i1.1323>

Elfida, D., Milla, M. N., Mansoer, W. W. D., & Takwin, B. (2021). Adaptasi Dan Uji Properti Psikometrik the PERMA-Profilier Pada Orang Indonesia. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*, 10(1), 81–103. <https://doi.org/10.30996/persona.v10i1.4986>

- Erfiana, W. (2023a). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Erfiana, W. (2023b). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Fajarseli, A. S. (2023). Game Online Dan Dampaknya Bagi Remaja Usia Sekolah Di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Tuban. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2342–2351. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.457>
- Fajri, A. D., Putri, Kinkin Y. S., & Safitri, D. (2022). Relationship Between Brand Ambassador Song Joong Ki With Scarlett Whitening Brand Image. *Channel Jurnal Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/10.12928/channel.v10i2.156>
- Fajrin Fingky Vrawati, & Sampurno Wibowo, SE. ,M. S. (2018). *PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE PADA PT PIKIRAN RAKYAT BANDUNG TAHUN 2018*.
- Falah, A. N., & Waluyo, W. (2022). Pelaksanaan Pajak Alat-Alat Berat Dan Alat-Alat Besar Berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 21 Tahun 2011 Di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Discretie*, 3(3), 129. <https://doi.org/10.20961/jd.v3i3.56398>
- Fandy, F. (2023). Brand Image, Service Quality, Dan Consumer Loyalty Toko Online Roboykids. *Prologia*, 7(1), 222–228. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.21283>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Febriantari, A. A. A. M. L., Anadhi, I. M. G., & Putra, I. B. K. S. (2024). Innovative Bamboo Bowling Game to Improve Motor Skills in Early Childhood. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Undiksha*, 11(3), 475–484. <https://doi.org/10.23887/paud.v11i3.63257>
- Fitria, T. N., & Prastiwi, I. E. (2022). Pelatihan Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Pengerjaan Skripsi Bagi Mahasiswa S1. *Jurnal Al Basirah*, 2(2), 72–82. <https://doi.org/10.58326/jab.v2i2.40>
- Hafidz, G. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk

- Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (Mea)*, 7(1), 253–274.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Handarini, D. M. (2019). Kontribusi Faktor-Faktor Non-Kognitif Pada Prestasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Psychology Evaluation and Technology in Educational Research*, 1(2), 62. <https://doi.org/10.33292/petier.v1i2.22>
- Hariyanti, N. T., Trianto, E. M., & Wirapraja, A. (2020). Hubungan Variabel Pemasaran Digital Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM): Sebuah Studi Literatur. *Teknika*, 9(2), 146–155. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.299>
- Hidayah, S. W. N., Hidayati, D., Herlin, H., & Putra, K. E. (2023). Evaluasi Pencapaian Key Performance Indicator (KPI) Untuk Merancang Training Need Analysis (TNA) Kompetensi Guru. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 1229–1243. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.5976>
- Hiranmayena, N. P. C., Margunayasa, I. G., & Wibawa, I. M. C. (2022). Media Pop-Up Book Berbantuan QR Code Pada Tema Keselamatan Di Rumah Dan Perjalanan. *Jurnal Pedagogi Dan Pembelajaran*, 5(2), 260–268. <https://doi.org/10.23887/jp2.v5i2.46549>
- Husna, I. F., & Hakim, Z. A. (2023). Kecerdasan Adversity Dan Kecemasan Menjelang Bebas Pada Anak Binaan. *Jiva Journal of Behavior and Mental Health*, 4(1). <https://doi.org/10.30984/jiva.v4i1.2532>
- Junaidi, A., Hendrayati, S., Nindhita, Y., & Sari, O. h. R. (2020). Analysis of Brand Communication and Brand Image Impact on Brand Loyalty With Brand Trust as Intervening Variables. *Management Analysis Journal*, 9(4), 425–433. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i4.41931>
- Khotimah, H., & Suryadi, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Promotion Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 963–970. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i4.1009>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). *PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA TAHAPAN PENELITIAN*.
- Munawaroh, R., Suharsono, J., & Koeshardjono, R. H. (2024). Pengaruh Persepsi Nilai, Promosi Online Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Fashion Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Angkatan Tahun 2020). *Jumad Journal Management Accounting & Digital Business*, 2(1), 111–120. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1541>
- Musafa, M. F. (2025). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI MEREK ADIDAS (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI INDONESIA)*.
- Novitasari, D., Josiah, T., & Ahiruddin, A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Panca Jaya, Kabupaten Mesuji. *Dikombis Jurnal Dinamika Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 55–64. <https://doi.org/10.24967/dikombis.v2i1.2162>
- Nugraha, H. P. (2021). Pengaruh Elemen Pemasaran Media Sosial Terhadap Keterlibatan Konsumen Pada Merek, Kesadaran Merek Dan Citra Merek. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(10), 1788–1799. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i10.252>
- Nurisma, R., & Syahrul, H. (2020). *PENGARUH CLICKBAIT JOURNALISM TERHADAP MINAT BACA GENERASI Z NURISMA RAHMATIKA, SYAHRUL HIDAYANTO* (Issue 2).
- Omidvar, A., Jiang, H., & An, A. (2019). *Using Neural Network for Identifying Clickbaits in Online News Media*. 220–232. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11680-4_22
- Pranatawijaya Viktor Handrianus, widiatry, Priskila Ressa, & Putra Putu Bagus Adidyana Anugrah. (2019). *Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online*.
- Purwatiningsih, S. (2021). Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 146–156. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2905>
- Rahmadana. (2022). *Manajemen Dan Konsep Dasar Pemasaran*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/p93zv>
- Rahman, A. R. (2023). Implementation of Modern and Traditional Market Structuring Policies in the Perspective of Business Competition. *Devotion Journal of Research and Community Service*, 4(10), 1949–1958. <https://doi.org/10.59188/devotion.v4i10.577>
- Renaldi, P. A. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Serta Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe.

- Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 163–170.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.39647>
- Riska Aprilina, & Hanifa Fanni Husnul. (2024). *Peningkatan Kapabilitas Melalui Pendampingan dan Pengembangan Promosi Berbasis Media Sosial di Desa Wisata Bumiwangi, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung*.
- Simbolon, A. B., & Hendrawan, D. (2022). Pengaruh Minat Olahraga Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas v Pada Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 2(2), 28–32. <https://doi.org/10.55081/jurdip.v2i2.628>
- Sinuraya, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Penumpang Angkutan Massal Berbasis Jalan Perkotaan Terhadap Loyalitas Penumpang (Studi Kasus : Trans Metro Deli). *Jurnal Syntax Admiration*, 4(8).
<https://doi.org/10.46799/jsa.v4i8.684>
- Solihin, S. (2022a). Perlindungan Hukum Pekerja Pasca Pemberlakuan Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(9), 717–737. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i9.573>
- Solihin, S. (2022b). Perlindungan Hukum Pekerja Pasca Pemberlakuan Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(9), 717–737. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i9.573>
- Suliadi, S. (2022). Kode R Dan Selang Kepercayaan Korelasi Berdasarkan Empirical Likelihood Serta Implementasinya Pada Korelasi PDRB Dengan Jumlah Kasus Covid-19 Di Indonesia. *Statistika Journal of Theoretical Statistics and Its Applications*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.29313/statistika.v22i1.357>
- Susanto, D. A., & Kristiningrum, E. (2021). Pengembangan Standar Nasional Indonesia (Sni) Definisi Pangan Fungsional. *Jurnal Standardisasi*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31153/js.v23i1.851>
- Susanto, D., RISNITA, R., & Jailani, M. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jq*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Syahputra Rahmad Dani, & Sampurno Wibowo. (2019). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN BERBASIS DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019)*.
- Taufik, O., Setiawan, P., Fitriani, Y., Hendrawan, E., Andriyadi, A., & Bakti Nusantara, I. (2023). PENYULUHAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK PEMASARAN PRODUK UMKM DI MASA ERA DIGITALISASI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>

- Togubu, R. Y. (2022). Pengaruh Promotions Mix Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Santika Premiere Slipi, Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 8(1). <https://doi.org/10.30813/jhp.v8i1.3205>
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148. <https://doi.org/10.35508/jikom.v10i2.3609>
- Widiarti, N. K., Sudarma, I. K., & Tegeh, I. M. (2021). Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Kelas v SD Melalui Media Video Pembelajaran. *Jurnal Edutech Undiksha*, 9(2), 195. <https://doi.org/10.23887/jeu.v9i2.38376>
- Wijayani, Q. N. (2023). *The Potential for Tourism Development Based on Natural Wealth With a Digital Marketing Approach*. 362–372. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-118-0_41
- Yani, A., Ditama, R. A., & Pohan, M. M. (2021). Peningkatan Mutu Layanan Melalui Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia. *Publik Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 8(2), 170–179. <https://doi.org/10.37606/publik.v8i2.236>
- Yuliani, W. (2018). *QUANTA METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING*. 2(2). <https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>
- Zahra, F. A., Lubis, R. P., & Wirani, Z. (2024). Experimental Research Methods“Validity in Experimental Psychology Research.” *Jurnal Nawala*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.62872/jvnrk089>
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>
- Zakia, S. (2024a). Pengaruh Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Restoran, Dan Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta Periode 2020-2022 (Studi Empiris Pada Bapenda Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Economina*, 3(2), 264–273. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1198>
- Zakia, S. (2024b). Pengaruh Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Restoran, Dan Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta Periode 2020-2022 (Studi Empiris Pada Bapenda Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Economina*, 3(2), 264–273. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1198>