

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh endorsement influencer instagram terhadap keputusan pembelian pada generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), 15-28.
- Alghifari, V., & Azizah, D. N. (2021). Perbandingan Tepung Kentang Dan Tepung Terigu Terhadap Karakteristik Nugget. *Edufortech*, 6(1). h
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59.
- Amin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Kecamatan Tarumajaya. *Stie*, 1(3), 41–52.
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Ecopreneur*.12, 4(2), 172. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1013>
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Bukran, B., Ramdani, R., & Irzani, M. A. Z. (2024). Dampak Testimoni terhadap Keputusan Berbelanja pada Pengguna Aplikasi Shope di Kota Mataram. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 794–805.
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Fachmy, R. N., & Rasmini, M. (2023). Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5).
- Fakhira, N. V., Kastaman, R., & Pujianto, T. (2022). Peran Influencer Pada Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Frutiviez Role Of Influencer On Social Media Instagram And Brand Image On Buying Decisions. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1220-1238.

- Fitriani, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen di Kecamatan Medan Tembung) [Doctoral dissertation], Universitas Medan Area).
- Harahap, W. R., & Amali, M. T. (2021). *Pengaruh Instagram marketing terhadap keputusan pembelian produk Jogjasoftlens*. 01(01), 97–106.
- Hermawan, I., & Pd, M. (2019). Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method). Hidayatul Quran.
- Ihromi, S., Marianah, M., & Susandi, Y. A. (2018). Substitusi Tepung Terigu Dengan Tepung Mocaf Dalam Pembuatan Kue Kering. *Jurnal Agrotek UMMat*, 5(1), 73. <https://doi.org/10.31764/agrotek.v5i1.271>
- Istinawati, M., & Nurlinda, R. A. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131-153.
- Komariah & Dicky Jhoansyah, “Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Online,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*, 2023
- Kustiani, L., Hermana, D., & Kurnaeli, K. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Online Customer Reviews terhadap Keputusan Pembelian Produk@ Piscokk. Id. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 92-101.
- Makmur, S. A. (2018). Penambahan Tepung Sagu dan Tepung Terigu pada Pembuatan Roti Manis. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gatj.v1i1.161>
- Nabila Huria Salsabila, & Sri Utami, K. (2024). Pengaruh Influencer dan Ulasan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian KOnsumen Pada Brand Skincare Avoskin di Media Sosial. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 125–147. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1687>
- Novitasari, D., Maulana, R., Hastuti, H., & Puspitasari, N. (2024). Pengaruh Ulasan dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNAS) 2024, Sukoharjo, 23 November 2024. e-ISSN: 3031-5581.
- Nursetyowati, J. A. P., Angelina, M., Widyaningrum, S., & Basory, H. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Keahlian Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Pada Industri Makanan. JKPU: *Jurnal Komunikasi dan Publikasi Umum*, 1(3), 251–263.
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1797.

- Octaviani, F. (2023). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap intensi pembelian produk fashion melalui kepercayaan merek pada pengguna instagram di jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 274-285.
- Putra, A. E. S., & Sudiarta, I. N. (2023). Kualitas Donat Berbahan Dasar Tepung Terigu dengan Tambahan Tepung Wortel. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(11), 2399–2403. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i11.606>
- Putra, E. (2020). Pengaruh promosi melalui sosial media dan review produk pada marketplace shopee terhadap keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.
- Rachmawati, Y., Johan, A., & Dzulfikar, I. (2023). Menganalisis Bagaimana Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Dari Promosi Media Sosial, Ulasan Produk, Dan Kepercayaan Merek. 4(5), 5508–5518. h
- Raihan, A., Jati, S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 231–241. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1925>
- Ragilita, E. P., & Listyani, I. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mata Hati Cafe Kota Kediri). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(4).
- Rarastiti, C. N., Hidayat, U., & Kirani, R. D. (2024). Hubungan Pemilihan Makanan Kemasan dengan Status Gizi Pada Mahasiswa Gizi Universitas IVET Semarang. *Indonesian Journal of Nutrition Science and Food*, 3(1), 1-6.
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57.
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine pada Generasi Z: Studi Kasus Kabupaten Badung. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3), 885–890.
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Pengaruh Pemasaran Digital Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Di E Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran)* , 5(3), 135–147.
- Sahbiah, S., Fanggidae, A. H., Dhae, Y. K., & Foenay, C. C. (2024). Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Café Kopi Kembo. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(3), 727-736.

- Shahirah, R. A. (2023). Pengaruh review pelanggan terhadap keputusan pembelian di online shop. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 626-630.
- Sholikhah, E. T., Parsudi, S., & Nurhadi, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Lyly Bakery Lamongan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(1), 83-96.
- Siburian, E., & Hasman, H. C. P. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Masyarakat Kelurahan Mangga, Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1), 1-12.
- Suriawatina, D. B., & Indrawati, V. (2024). Pengaruh Pola Makan dan Aktivitas Fisik Terhadap Status Gizi Lebih pada Wanita Usia Subur (Wus) di Wilayah Kerja Puskesmas Kauman Ponorogo. *Merapi: Medical Research and Public Health Information Journal*, 1(2), 28-40.
- Susanti, E., Saragih, B., & Yuliani, Y. (2022). Pengaruh perbandingan tepung terigu dan tepung jewawut (*Setaria italica* L.) terhadap sifat organoleptik, sifat fisik dan karotenoid donat labu kuning. *Journal of Tropical AgriFood*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.35941/jtaf.3.2.2021.5949.79-85>
- Susilowati, H., Ady, P. P. B., & Widyaningsih, D. (2024). Influencer marketing di Instagram: Apakah influencer type, brand familiarity dan sponsorship disclosure mempengaruhi purchase intention. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 276-287.
- Syakinah, W., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Online Consumer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 163–170. <https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.37553>
- Tarigan, M. A. E., Hariyana, N., Putra Haryanto, A. E., & Nur Fauzi, I. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Customer Engagement Terhadap Brand Awareness Pada REDI. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 499–512.
- Triono, R. (2019). Implementasi Kebijakan Perubahan Tata Ruang Pasar Tradisional Di Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. *Repository Universitas Panca Marga Probolinggo*, 12–38.
- Udayana, I. B. N., Hutami, L. T. H., & Hanafi, F. I. (2024). Dampak Influencer Marketing Dan Online Customer Reviews Terhadap Online Purchase Decisions Dimediasi Oleh Customer Trust. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8(1), 206–215. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.24913>
- Yuliatmoko, W., & Indrayani, D. (2013). Pemanfaatan Umbi Talas sebagai Bahan Substitusi Tepung Terigu dalam Pembuatan Cookies yang Disuplementasi dengan Kacang Hijau. *Jurnal Matematika, Sains, Dan Teknologi*, 13(2), 94–106.

