

DAFTAR PUSTAKA

- Adistri, N., & Rusman, A. A. (2024). Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi uses and gratification di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116.
- Ali, R. J., & Yoedtadi, M. G. (2024). Hubungan Konten Marketing Instagram *Reels@* Ocistok dengan Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 3(1), 69–79.
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. A. (2022). Analisis “aida” pada konten instagram “madame gie” terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 144–153.
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: A social media perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 24(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635>
- Etyowati, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Siswa SMA dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Journal of Language and Health*, 3(1).
- Fahira, A., & Nindya, E. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN FITUR *REELS* PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KEDAI KOPI TMLST (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @tmlstcollectivespace). In *Agustus* (Issue 2).
- Firdaus, F. A., Hariyanto, D., Febriana, P., & Latipova, S. M. (2024). Navigating Higher Education: Exploring the Influence of Marketing Strategies on Student Choice. *3rd Annual International Conference on Natural and Social Science Education (ICNSSE 2023)*, 19–28.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hakim, L., Nurtirtayasa, E., Melati, T. R., Purwanto, P., Setiawan, B., & Rohim, A. (2025). Kreativitas Konten Digital dan Kredibilitas Influencer dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Lokal Mahasiswa di Instagram. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1457–1464. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.681>
- Kansa, F. H., & Wiryany, D. (2025). Analisis strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @inabauniversityofficial. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 471–486. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.61259>

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Liliani, H., & Dewi, C. (2025). Pengaruh Content Marketing Pada Instagram @Skintificid Terhadap Brand Trust. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 5(1). <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v5i1.6725>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Nandhita Ahsanul Hawa, Budi Harto, & Panji Pramuditha. (2023). Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram. *KOMVERSAL*, 5(1), 40–51. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1204>
- Oktivera, E., Wirawan, F. A. W., & Jaya, A. S. (2024). Pemilihan Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1), 127–139.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Simamora, N., Sihombing, M. U., & Pasaribu, Y. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @USM.Indonesia terhadap Minat Partisipasi dalam Kegiatan Kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyuni, P., Anjani, R., Fadilah, H. W., Mariyam, D., & Aditya, T. (2025). Pengaruh Persuasi pada Instagram @UMT.Indonesia terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Tangerang. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(4), 1–20.
- Yusuf, M., Saleh, H., & Setiawan, L. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Citra Institusi terhadap Minat pada Keputusan Memilih Kuliah di Politeknik Pariwisata Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*.
- Ziatdinov, R., & Cilliers, J. (2022). Generation Alpha: Understanding the Next Cohort of University Students. In *arXiv*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Nugraha, P. J., dkk. (2022). *Manajemen Marketing Digital*. CV. Eureka Media Aksara.