

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Afifah, N., Maryani Prodi Manajemen Komunikasi, A., & Ilmu Komunikasi, F. (2020). *The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to Fulfillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers*. <https://doi.org/10.29313/.v6i2.22987>
- Agung, A. A. P., & Yuesti Anik. (2019). *METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF. 1*.
- Ahwan, M. A. (2022). KARAKTERISTIK MAHASISWA PASACASARJANA DALAM Mencari INFORMASI DI PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 4.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Basuki. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Chen, C. C., & Chang, Y. C. (2018). What drives purchase intention on Airbnb? Perspectives of consumer reviews, information quality, and media richness. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1512–1523. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.019>
- Daniyah Khansa, S., Putri, K. Y. S., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *JURNAL INTERACT*, 10(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Fai. (2022, December 4). *Metode Penelitian Kualitatif Adalah*. <https://umsu.ac.id/Metode-Penelitian-Kualitatif-Adalah/>.
- Fathussyadah, E., & Ratnasari Yulia. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, V, 16–35.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIALSEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14, 32–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Gajashree, S., & Anand, J. (2021). A Study on the Impact of Social Media on Consumer Buying Behaviour of Mobile Phones in Chennai. *Shanlax International Journal of Management*, 8(3), 54–59. <https://doi.org/10.34293/management.v8i3.3574>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of*

Information Management Data Insights, 2(2).
<https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>

- Hasya, R. (2023, February 19). *Whatsapp Teratas, Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Warganet Indonesia Sepanjang 2022*.
<https://Goodstats.id/Article/Whatsapp-Teratas-Ini-7-Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-Warganet-Indonesia-Sepanjang-2022-IJklw>.
- Indrawan Sanny, B., Kaniawati Dewi, R., & oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen, D. (2020). Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1), 78–87.
<https://doi.org/10.37339/jurnal>
- Ki, C. W. 'Chloe,' Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133>
- Laili, A., Rahmawati, G. D., Dzalila, L., Studi, P., Komunikasi, I., Veteran, U., & Timur, J. (2021). Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(2), 100. www.publikasi.unitri.ac.id
- Latasha. (2023). ANALISIS KAUSALITAS OPINI PUBLIK INSTAGRAM @LOVEABLE.REDAKSI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR BUKU FIKSI REMAJA. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 6, 192–196.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.5243>
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Cakrawala*, 20, 63–71.
<https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory* (7th ed., Vol. 7).
- Muliani, C. D., Dharta, F. Y., & Oxcygentri, O. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN TWITTER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA PENGIKUT AKUN @RACUNBELANJA. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10, 119–125.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i1.2023.119-125>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Safitri, A. T. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Manajemen*, 7, 154–167.

- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jail.v4i1.2957>
- Nita, D. (2021, September 28). *Apa Perbedaan “Autobase” dan “Manual Base” di Twitter? Ini Penjelasannya*. <https://www.kompas.tv/tekno/216226/Apa-Perbedaan-Autobase-Dan-Manual-Base-Di-Twitter-Ini-Penjelasannya>.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: the role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823–843. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729>
- Putri, D. L., & Hardiyanto, S. (2023, February 9). *Satu Per Satu Akun “Base” Twitter Berguguran Seiring Dihapusnya API Gratis Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Satu Per Satu Akun ‘Base’ Twitter Berguguran Seiring Dihapusnya API Gratis”, Klik untuk baca:*
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/09/190500165/satu-per-satu-akun-base-twitter-berguguran-seiring-dihapusnya-api-gratis?page=all#page2>.
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/09/190500165/Satu-per-Satu-Akun-Base-Twitter-Berguguran-Seiring-Dihapusnya-API-Gratis?Page=all#page2>.
- Rusdi, F. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Setiani Tia. (2018). PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA KREDIT TERHADAP PERMINTAAN KREDIT MODAL KERJA (KMK) PADA BANK UMUM DI INDONESIA PERIODE TAHUN 2006-2016. *Jurnal Akuntansi*, 10, 99–107.
- Setiyarti, T., Felas Silitonga, G., & Sundari, P. (2021). *PENGARUH 4C MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DOMESTIK*.
<https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/444>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common*, 5, 118–133. <https://doi.org/10.34010/common>
- Tambunan, N. (2018). The Effect of Mass Communication on the Audience. *SIMBOLIKA*, 4(1).
<https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1475>