

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, K., & Binastuti, S. (2024). *Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram @tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers*. (4), 127–146.
<https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.369>
- Arif Safitri, E., Laela Hilyatin, D., & Shofwa Shafrani, Y. (2023). *MEMPREDIKSI INTENSI PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI AGAMA ISLAM DI BANYUMAS INDONESIA DENGAN LABEL HALAL DAN THEORY PLANNED BEHAVIOUR* (Vol. 3, Number 1).
- Chaidir, A. B., Hapsari, W., & Hermana, A. A. (2025). Pengaruh Kredibilitas Electronic Word-of-Mouth (eWOM) dalam Social Media Marketing terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Elektronik: Studi Kasus pada Produk Apple di Indonesia. In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 04, Number 11).
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X. Y., Qi, M., & Lan, Y. C. (2022). The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- Daniyah Khansa, S., Putri, K. Y. S., & Kunci, K. (2021a). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *JURNAL INTERACT*, 10(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Daniyah Khansa, S., Putri, K. Y. S., & Kunci, K. (2021b). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *JURNAL INTERACT*, 10(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Fadilla, A., & Rimadias, S. (n.d.). *PERAN KREDIBILITAS INFLUENCER SARAH AYU DAN CONTENT QUALITY TERHADAP ONLINE ENGAGEMENT DAN PURCHASE INTENTION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.

- Fahmi, R., Febi, H. K. H., Saifuddin, Z., Purwokerto, I., & Hikmat, R. F. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online Analysis of Repurchase Intention Factors in Online Purchases*. 2(05), 527–541. <https://doi.org/10.36418/comserva.v2i5.676>
- Nova Noer Fadila, N., Tayo, Y., & Arindawati, W. A. (n.d.). Perilaku Pencarian Informasi Oleh Pengikut Akun Tiktok Dokter RL Dengan Analisis Model Niedzwiedzka. *Journal Of Social Science Research*, 3, 3772–3787.
- Panesto, R., Widjaja, B. T., & Wahyoedi, S. (n.d.). *Pengaruh Trustworthiness dan Physical Attractiveness Influencer terhadap Purchase Intention Produk Kuliner di JABODETABEK dengan Mediasi Brand Image The Influence of Influencer's Trustworthiness dan Physical Attractiveness on Purchase Intention of Culinary Products in JABODETABEK Mediated by Brand Image*. <https://doi.org/10.30813/bmj.v20i2.5570>
- Rachman Nurdiantara, R., Rabathy, Q., Setianto Wahyono, H., Studi Komunikasi, P., Ilmu Komunikasi, F., & Halim Sanusi Bandung, U. (2024). KEPERCAYAAN MEDIA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SUPORTER SEPAKBOLA MELALUI MEDIA SOSIAL (Analisis Deskriptif dan Korelasional Kepercayaan Media dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bobotoh Persib melalui media online Simamaung.com di Twitter). *JULI, VII(2)*, 2024.
- Sania, A., Dewi, S., Ginting, R. T., Titah, P., & Resen, K. (n.d.). *Perilaku Informasi Pengguna Instagram di Era Keterbukaan Informasi*.
- Saragih, L., Aftitah Ginting, F., Haidir, S. N., Rahayu, E. S., Putri, D., Harahap, A., & Okista, R. (2024). Online Shopping Intentions Of Tiktokshop Consumers: The Influence Of Consumer Privacy and Shopping Enjoyment Study in Department Management of Universitas Simalungun. In *ProBusiness: Management Journal* (Vol. 15, Number 3). www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis
- Suratman, A., Salsabila, N., Sari, A., Lutfiana, R., Wijayanti, N., & Nugraha, J. (2025). Tingkat Kepercayaan Publik dalam Mengonsumsi Berita Melalui Media Sosial Vs Media Konvensional.

Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora, 5(1), 15.

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2466>

Vollero, A., Sardanelli, D., & Siano, A. (2023). Exploring the role of the Amazon effect on customer expectations: An analysis of user-generated content in consumer electronics retailing. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(5), 1062–1073. <https://doi.org/10.1002/cb.1969>

Wicaksana, D. A., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *Eastasouth Journal of Positive Community Services* (Vol. 1, Number 2).

Yy, O., Riyayanatasya, W., Desiyana Fajarica, S., & Suadnya, W. (2025). KEPERCAYAAN AUDIENS DALAM MENILAI SUMBER INFORMASI KESEHATAN MENTAL DI MEDIA SOSIAL. *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 5(6).