

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman. (2021). *Pengaruh Konten Review Smartphone Samsung Galaxy A72 Di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat (Survey pada penonton channel Youtube GadgetIn)*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A., vol.26. No(2), hal 83–92
- Alfianto, E.A. Fazizah, A. Mufida, N. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. SKETSA BISNIS (e-jurnal) 5 (1), 1-14
- Alfianto, E. A, Fazizah, A. (2019). *Perbandingan Peran Pekerja Pria Dan Pekerja Wanita Terhadap Jumlah Hasil Kerja Memetik Daun Teh*. Jurnal Administrasi Bisnis (JABis) p-ISSN 1836, 2277
- Asy'ari, S., Setyawan, L. V., Wahid, A., Huda, M., & Misbah, A. (2021, February). *Prototype Plate Bending Tool 1 mm Size in the Process of Making a Fence with an Anthropometric Approach in the Pasuruan Regency Welding Workshop*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1783, No. 1, p. 012093). IOP Publishing.
- Auliya, S. P. (2021). *Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, d,hal 18.
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Rievew Produk dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. e-Proceeding of Management vol. 8. No(5), hal 6488–6498.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). *Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID)*. Prologia, 5(1),hal 191.
- Fazizah, A. (2016). *Penerapan Model Tam Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik (Siakad)*. Jurnal Heritage 4 (1), 39-50.
- Fazizah, A. Sukoharsono, E. G. (2016). *Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur)*. Profit: Jurnal Adminsitrasi Vol. 10. No 2.

- Fazizah, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Pengguna dan Efektivitas Terpaan Iklan Dalam Aplikasi Sebuah Smartphone Jurnal Heritage 5 (1), 25-42
- Fazizah, A. Alfianto, E.A. (2019). Analisis pengaruh vlog sebagai electronic word of mouth, source characteristics terhadap trust dan purchase intention. Jurnal Administrasi Bisnis (JABis) p-ISSN 1836, 2277
- Fazizah, A. Utami, M. T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Positif Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Pt. Asiasurya Jayaraya Iv Purwosari Pasuruan). Journal Knowledge Industrial Engineering. 7 (2), 61-69.
- Fazizah, A. Gunatrayana, I. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam membentuuk Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur JIABI – Vol. 4 No. 1.
- Firdailla Nisya, H. H. (2019). *The Influence of Social Media and Event Marketing on Buying Interest in Pyukanau Official*. International Socio-Cultural Scientific Journal.
- Kusumawati, A., Wusko, A. U., Suharyono, S., & Pangestuti, E. (2021). Relational benefits on customer satisfaction: Sharia empirical study in Indonesia. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (1), 312-320.
- Limandono, (2018). *Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City*. Jurnal Strategi Pemasaran, 5(1), hal 11.
- Murtadlo, K. (2023). *Perilaku petani padi terhadap risiko usahatani pada suku yang berbeda di Jawa Timur*. AGROMIX, 14(2), 159-166.
- Murtadlo, K., & Nuraeni, N. (2022). *Good Corporate Governance and Risk Management on Financial Cooperative Performance*. AFRE (Accounting and Financial Review), 5(3), 284-292.
- Murtadlo, K., & Sulhan, M. (2023). *Ekonomi Digital dan Inklusi Keuangan Terhadap Pemulihan Ekonomi Nasional*. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 8(1), 90-104.
- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). *Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan)*. Journal of Management and Bussines (JOMB), 6(1), 305-314.

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. Jurnal IMPACT: Implementation and Action, 2(2), hal 39.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Nur, aeni, W., & saputri, M. E. (2021). Pengaruh Event marketing Terhadap Minat Beli Minuman Isotonik (*Studi Pocari Sweat Run bandung*).e-*Proceeding of Management* vol.8. No(1), hal 266–274.
- Octafiany, D. N., & Nurfebiaraning, S. (2021). *Pengaruh Content Marketing di Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumen Dalam Pembelian Produk Sepatu Compass*. e-*Proceeding of Management*, vol 8. No(6), hal 8924–8934.
- Ratnawati, P., & Hanifa, F. H. (2019). *Pengaruh Event Marketing terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu All New Terios (Studi Masyarakat di Kota Bandung Tahun 2019)* e-*Proceeding of Applied Science*, Vol.5(No.3), hal 689–696.
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 190-200.