

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari R. Y., Rahman Y., & Prabawa B.(2021). *Paparan Konten Visual pada Feed Instagram Kopi Toko Djawa Selama Pandemi Covid-19: Jurnal Desain Komunikasi visual*, 6(2), 343-359. DOI: 10.25124/demandia.v6i2.3698.
- Amayadi Dani (2024). *Pengaruh Media Sosial terhadap Budaya Konsumsi Kuliner di Kalangan PNS Muda di Kota Besar*. *Jurnal Pekommas*, 9(2), 283-294.
- Lumbantoruan Astrina, & Marwansyah. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Makanan*. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(3), 145-149. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i3.4398>.
- Triyas, A. P. A., Maulida, D. R. W., & Rahmawati, N.A. (2024). *Analisis Representasi Influencer dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa terhadap Suatu Produk melalui Konten Review*. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 4(3), 1034-1035. <https://doi.org/10.54082/jupin.457>.
- Lumbantoruan, A., & Marwansyah, M. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Makanan*. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(3), 144-145. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i3.4398>.
- Nasution E., Ardiani F., & Evawani Y. (2024). *Pengaruh Akun Kuliner di Media Instagram terhadap Pola Makan Siswa SMK Negeri 2 Binjai*. *Tropical Public Health Journal*, 4(1), 19-26. <http://doi.org/10.26594/register.v4il.11805>.
- Wardhana, A. (2024). *Teori Perilaku Konsumen*. Dalam H. F. Ningrum (Ed.), *Manajemen Pemasaran Berbasis pelanggan (71-84)*. ReaserchGate.
- Nguyen, T. M. N., Le, B. N., Leenders, M. A. A. M., & Poolsawat, P. (2024). *Food vloggers and their content: Understanding pathways to consumer impact and purchase intentions*. *Journal of Trade Science*, 12(3). <https://doi.org/10.1108/JTS-01-2024-0005>
- Titi Siregar, J. T., & Jakaria, J. (2022). *Analisis Pengaruh Komunitas Online dan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Melalui E-WOM*. *Jurnal Sosial dan Sains*, 2(3), 465–472. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v2i3.373>