

DAFTAR PUSTAKA

- Efendi, D. N., Supriadi, B., & Nuraini, L. (n.d.). *ANALISIS RESPON SISWA TERHADAP MEDIA ANIMASI POWERPOINT POKOK BAHASAN KALOR*.
- Fadhilah, A. N. N., & Kusuma, R. S. (n.d.). *STRATEGI SELF-PROMOTION CONTENT CREATOR DALAM MENGELOLA MANAJEMEN KESAN DI INSTAGRAM(STUDI KASUS AKUN @NEYRIZHA)*.
- Firmansyah, D. & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Giri, B. L. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis Pengaruh Online Review di Youtube, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 586. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.467>
- Ikhsan, R. A., Hs, R., & Dakwah, Muh. M. (2020). PENGARUH YOUTUBER GADGET REVIEW, WORD OF MOUTH, DAN PRODUCT FEATURES TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK SMARTPHONE MERK SAMSUNG DI INDONESIA. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 9(4), 389–403. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4.622>
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). *Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age)*. 1.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

- Muchlis, M., Christian, A., & Sari, M. P. (2019). Kuesioner Online Sebagai Media Feedback Terhadap Pelayanan Akademik pada STMIK Prabumulih. *Eksplora Informatika*, 8(2), 149–157. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v8i2.215>
- Rahman, A. (2021). *PENGARUH KONTEN REVIEW SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A72 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT (Survey pada penonton channel Youtube GadgetIn)*.
- Rinaldi, M., & Prayudyanto, M. N. (2021). *PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN BUS TRANSJABODETABEK DENGAN METODE UJI ASUMSI KLASIK DAN UJI REGRESI LINEAR BERGANDA*. 1(1).
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*. 7.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4).
- Shintiya, T. R., & Triyono, A. (2022). Pengaruh Terpaan Video Youtube Review Produk Kosmetik terhadap Minat Beli Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).