

DAFTAR PUSTAKA

- Achru P., A. (2019). Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 205. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>
- Agisny, Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2024). ANALISIS EFEKTIVITAS KUALITAS KONTEN INSTAGRAM MENGGUNAKAN CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI) PADA INSTAGRAM @STUDIO.DAPUR. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 11457.
- Agus Purwanto, E., & Dyah, R. S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi-2* (2nd ed.). Gava Media.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>
- Aini, S. D., & Irawati, S. (2019). Strategi Pembelajaran Quick on the Draw untuk Meningkatkan Aktivitas dan Hasil Belajar Mahasiswa Pada Materi Interpolasi. *NUMERICAL: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 3, 19–30. <https://doi.org/10.25217/numerical.v3i1.421>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Aksenta, A., Irmawati, Hayati, N., Sepriano, Herlinah, Silalahi, A. T., Pipin, S. J., Abdurrohman, I., Boari, Y., Mardiana, S., Sutoyo, M. N., Sumardi, Gani, I. P., & Ginting, T. W. (2023). LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0. In *Perspektif* (Vol. 1, Issue 2).
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2, 3205–3220. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Anggraeni, I., & Eko Hartanto. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.21009/comm.1102.05>
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2021). DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP INTERAKSI SOSIAL PADA REMAJA : KAJIAN SISTEMATIK. 7(1), 21–32.
- BPS. (2024). *Perkembangan Transportasi DKI Jakarta Oktober 2024*. <https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/12/02/1188/perkembangan--transportasi-dki-jakarta-oktober-2024.html>
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Choiriyati, S. (2015). PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK. 2(2), 39–55.
- Dirgahayani, P., & Sutanto, H. (2020). The effect of transport demand management policy on the intention to use public transport: A case in Bandung, Indonesia. *Case Studies on Transport Policy*, 8(3), 1062–1072. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.03.004>
- Firdaus Haidar, N. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM Riliv DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Galih, firmas D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>
- Ginting, M. H., Azwar, S. A., & Hadi, W. (2024). IDENTIFIKASI KONEKTIVITAS LIGHT RAIL TRANSIT (LRT) DENGAN MODA YANG TERINTEGRASI. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 7, 304–

312. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i1.7437>
- Graham, S., & Craig B. Fryhl. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan. In *Bandung: Alfabeta* (2nd ed., Issue 2002). Bandung : Alfabeta.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hakim, F., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1.862>
- Hakimi Ibrahim, A. N., & Borhan, M. N. (2020). The Interrelationship Between Perceived Quality, Perceived Value and User Satisfaction Towards Behavioral Intention in Public Transportation: A Review of the Evidence. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(5), 2048–2056. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.5.12818>
- Handayani, E. S., & Subakti, H. (2020). Pengaruh Disiplin Belajar terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 151–164. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.633>
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5430>
- Ibrahim, F., & Borhan, N. (2022). The role of social media in influencing users' interest and engagement: A case study of public transport information. *Behavioral Sciences*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.3390/bs12010051>
- Kristianto, A. (2021). Analisa Performa K-Means dan DBSCAN dalam Clustering Minat Penggunaan Transportasi Umum. *Elkom : Jurnal Elektronika Dan Komputer*, 14(2), 368–372. <https://doi.org/10.51903/elkom.v14i2.551>
- Levana, A., & Hartono, S. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Niat Menggunakan Transportasi Publik Pt. Transportasi Jakarta. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(9), 928–940. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i9.1661>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI*

PEMERINTAH KOTA SEMARANG.

- Mahendra, R. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE MARKETING, ELECTRONIC WORD of MOUTH, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK FELLAS.CO. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Sekunder*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Melghagh, M., & Ouahi, L. (2024). A Content marketing and its impact on consumer purchasing intention: presentation of the results of the quantitative study based on structural equation modeling. *International Journal of Accounting, Finance ...*, 5(5), 453–473. <http://www.ijafame.org/index.php/ijafame/article/view/1580%0Ahttp://www.ijafame.org/index.php/ijafame/article/download/1580/1449/>
- Mercius, M., & Savitri Setyo Utami, L. (2023). Pengaruh Konten Instagram @ridistaonline terhadap Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 2(1), 83–90. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23058>
- Miryam, N., & Antonio, F. (2022). the Effect of Social Media Content on Customer Engagement and Its Impact on Customer Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 115–125. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.115-125>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nisa, K., & Krismayani, I. (2024). *Proses Penyebaran Informasi SMP N 28 Semarang Melalui Podcast Dupan*. 13(2), 109–122.
- Nurhaswinda, Egistin, D. P., Rauza, M. Y., Rahma, Ramadhan, R. H., Ramadani, S., & Wahyuni. (2024). Analisis regresi linier sederhana dan penerapannya. *JURNAL CAHAYA NUSANTARA*, 01, 69–78.
- Nurmuhammad, R., & Pamungkas, I. N. (2020). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile Pt. Agate International the Influence of Instagram Content To the Consumer Attitude of Mobile Game Pt. Agate International*. 7(1), 1752–1767.
- Ode, S., & Mote, M. K. (2023). Implementasi Transportasi Publik Terintegrasi Di

- Perkotaan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 14(3), 337.
<https://doi.org/10.31258/jkp.v14i3.8318>
- Pang, M., & Tarigan, A. (2023). Pengaruh Konten Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Shopee. *Jurnal Digismantech*, 3(1), 15–32. <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5219>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). WIDYA GAMA PRESS.
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur. (2024). Pemanfaatan sosial media sebagai penyajian konten pembelajaran digital: Studi literature review. *JRIP: Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004–1017.
- Pratama, H. A., & Aprianingsih, A. (2023). Social Media Marketing of Public Transportation: A Case of KAI Bandara Railink Soekarno-Hatta. *Economics and Digital Business* ..., 4(2), 237–245.
<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/608>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang : Pascal Books.
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- Ricko, A. J. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial Youtube (Studi kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.
- Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Rusadi, M. (2019). Wurdah Branding, Emotional Attachment And Brand Loyalty : Study Case For Millennial Consumer. *Universitas Islam Indonesia*, 21–35.
- Rushendi, & Suryantini, H. (2019). Utilization of Social Media for Disseminating Innovation of Spice Crops. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 28(2), 50–56.
www.kompasiana.com
- Sahara, S., & Iqbal, M. (2024). Pengaruh Tarif Integrasi Jaklingko Terhadap Minat Mobilitas Pengguna Angkutan Umum Di Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 5(1), 9–15.
<https://doi.org/10.55122/junsibi.v5i1.1045>

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sandjaja, S. S., Syahputra, Y., & Erwinda, L. (2020). Validasi skala penilaian instrumen perencanaan karier menggunakan Andrich Threshold. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 105–117. <https://doi.org/10.30996/persona.v9i1.3310>
- Setiyarti, T., Silitonga, G. F., Sundari, P., & Penida, N. (2021). Pengaruh 4C Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*, 90–104. <https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/444/330>
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, influencer, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna Instagram dan TikTok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Simanjuntak, B. S., & Aulia, S. (2025). *Efektivitas Iklan Instagram @pt _ transjakarta terhadap Perilaku Konsumen*.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Sugiyanto, S., Arnaya, I. W., Ryanto, S. S., & Surya, A. A. B. O. K. (2021). Analisa Faktor Pemilihan Moda Transportasi Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.52920/jttl.v2i1.18>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Tirani, T., Rista, M., Siregar, A., Adinda, S., & Andarini, P. (2024). *Konten Informatif Dan Edukatif Terhadap Kesadaran Merek Restoran ShukaGrill*. 01(01), 32–39.
- Untari, D., & Endah Fajariana, D. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari Dan*

- Manajemen*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Usadi, M. P. P., Prayoga, I. M. S., & JS, I. P. W. D. (2024). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 5, 110–119. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.218-231-1.pdf>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *CV SCIENCE TECHNO DIRECT*.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam pemasaran bisnis online shop di Kota Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(2), 1–9.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Zailani, S., Iranmanesh, M., Masron, T. A., & Chan, T. H. (2016). Is the intention to use public transport for different travel purposes determined by different factors? *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 49, 18–24. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2016.08.038>