

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhadid, A., & Al-Zu'bi, H. A. (2014). The Impact of Marketing Strategy on Organization Reputation: Analytical Study on Jordanian Vegetable Oils Companies Listed on the Amman Stock Exchange. *American Academic & Scholarly Research Journal*, 6(5), 11–16.
- Anshori, N. S., & Yuwono, I. (2013). Makna Kerja (Meaning of Work): Suatu Studi Etnografi Abdi Dalem Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 2(3), 157–162.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chen, A., & Darst, P. W. (2002). Individual and Situational Interest: The Role of Gender and Skill. *Contemporary Educational Psychology*, 27, 250–269.
- Chen, C., & Li, X. (2020). The Effect of Online Shopping Festival Promotion Strategies on Consumer Participation Intention. *Industrial Management and Data Systems*, 120(12), 2375–2395. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2019-0628>
- Djaali. (2011). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Djudin, T. (2013). *Statistika Parametrik (Dasar Pemikiran dan Penerapannya dalam Penelitian)*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Efendi, K. C. (2019). Ekonomi Digital & Digital Labour Indonesia: Jenis & Tantangannya. *Bulletin IGPA*, 1(4), 1–23.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage di PT Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(2), 10–20. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v1i2.455>
- Gadiraju, U., Checco, A., Gupta, N., & Demartini, G. (2017). Modus Operandi of Crowd Workers: The Invisible Role of Microtask Work Environments. *Proceedings of the ACM on Interactive, Mobile, Wearable and Ubiquitous Technologies (IMWUT)*, 1–27.
- Gorji, M., & Siami, S. (2020). How Sales Promotion Display Affects Customer Shopping Intentions in Retail. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(12), 1337–1355. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2019-0407>

- Idrus, M. (2011). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- International Labour Organization. (2018). *Digital Labour Platforms and The Future of Work: Towards Decent Work in The Online World*. [https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS\\_645337/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_645337/lang--en/index.htm)
- Kim, W. H., Cho, J. L., & Kim, K. S. (2019). The Relationships of Wine Promotion, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention: The Moderating Roles of Customers' Gender and Age. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39(2019), 212–218. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.001>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice-Hall Inc.
- Maulida, I. (2016). *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Ndraha, T. (2012). *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Noor, J. (2015). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Poblet, M., & Fitzpatrick, M. (2016). Microtasking Models and Managerial Challenges. *Proceedings of the CSCW 2016 – Workshop: Toward a Typology of Participation in Crowdwork*, 13(1), 65–72.
- Poblet, M., Fitzpatrick, M., & Chhetri, P. (2017). Microtasking: Redefining Crowdsourcing Practices in Emergency Management. *Australian Journal of Emergency Management*, 32(2), 47–53.
- Purwanto. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38–54. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.38-54>
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(2), 135–.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiawan, & Kusriani, D. E. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi.

- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Thomson Higher Education.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Siswanto, D. (2022). *Angka Pengangguran Turun Pada Februari 2022, Tapi Belum Kembali ke Level Pra Covid-19*.  
<https://nasional.kontan.co.id/news/angka-pengangguran-turun-pada-februari-2022-tapi-belum-kembali-ke-level-pra-covid-19#:~:text=KONTAN.CO.ID - JAKARTA,mencapai 8%2C75 juta orang>
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sudjana. (2003). *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi Bagi Para Peneliti*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sveen, A. F., Erichsen, A. S. S., & Midtbø, T. (2020). Micro-Tasking As a Method for Human Assessment and Quality Control in a Geospatial Data Import. *Cartography and Geographic Information Science*, 47(2), 141–152. <https://doi.org/10.1080/15230406.2019.1659187>
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syah, M. (2011). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Remaja Rosdakarya.
- Trijono, R. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti.
- Tubaro, P., Coville, M., Le Ludec, C., & Casilli, A. A. (2022). Hidden Inequalities: The Gendered Labour of Women on Micro-Tasking Platforms Introduction: The Gendered Dimension of Work on Micro-Tasking Platforms. *Internet Policy Review*, 11(1), 1–26.
- Wicaksono, R. R., Aniriani, G. W., & Nasihah, M. (2017). Penggunaan Stimulus Response Theory dalam Sosialisasi Budaya Kesehatan dan Keselamatan Kerja di Perusahaan. *Jurnal Enviscience*, 1(1), 31–36.  
<https://doi.org/10.30736/jev.v1i1.93>

Widarjono, A. (2007). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII Yogyakarta.

Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41. <https://doi.org/10.26460/jm.v8i1>

Zulfiqar, M., Malik, M. N., & Khan, H. H. (2022). Microtasking Activities in Crowdsourced Software Development: A Systematic Literature Review. *IEEE Access*, 10, 24721–24737. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3148400>