

## DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.3995>
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Budi, R., & Annisa, F. (n.d.). Pengaruh Iklan Televisi Travel Booking Online Traveloka Terhadap Kahalayang dan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Traveloka di Kota Makassar). 53–60.
- Dimiyati, S. M. A. B. (2018). Pengaruh Tayangan Adzan Maghrib Terhadap Ketepatan Waktu Sholat Terhadap Ibu-Ibu Masyarakat Dukuh Bojong Desa Kalibuntu Kec Losari Kab Brebes Sri Mega Dimiyati 1 , Abdul Basith 2(\*). *Orasi Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 65–78.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. (2011). *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajriani, H., Suharyono, & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional Dan Daya Tarik Iklan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 61 No. 3 Agustus 2018/ administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id 163*, 61(3), 163–171. file:///C:/Users/Juni/Downloads/2610-10392-1-PB (9).pdf

- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multi variete dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20026>
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Principle Of Marketing*, 15th edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli ( Studi Pada Smartphone Merk Oppo )*. 02(01), 13–17.
- Saepudin, E. (2018). Partisipasi Masyarakat Pada Program Desa Mandiri Pangan Di Kabupaten Bandung. *Sosiohumaniora*, 20(1), 86. <https://doi.org/10.24199/sosiohumaniora.v20i1.9995>
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *e-jurnal Serat Acitya*, 7(1), 910–917. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/695>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Stanley, Baran J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa (Jilid 2 Edisi 5) Melek Media & Budaya*. Jakarta : Erlangga.
- Tjahyadi, R. A., Kristiawan, A., & Maranatha, U. K. (n.d.). *Social Media*

*Marketing : From Monologue to Dialogue.*

Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Winarni, R., & Astuti, E. R. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Storyboard Terhadap Kreativitas Belajar Sisiwa Pada Mata Pelajaran Seni Budaya. *Jurnal Teknologi Pendidikan: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 4(2), 69–79.

Yuliana, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Promosi Penjualan, Dan Dorongan Berbelanja Hedonis Melalui Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif Shopee Indonesia. 1–39.

