

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, D.H. (2020, Maret 23). 72.000 Produk Antis Hand Sanitizer Diburu Masyarakat di Tokopedia. *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/72000-produk-antis-hand-sanitizer-diburu-masyarakat-di-tokopedia-eG9b>
- APJII. (2020, Oktober 16). APJII Segera Rilis Hasil Survei Terbaru Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diakses dari <https://blog.apjii.or.id/>
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13-23.
- Balakrishnan, B., Dahnil, I. M., & Yi, W. J. (2014). The impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 148(23), 177-185.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *PUBLICIANA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(1), 140-157. <http://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Elvetta, O., Surabi, A., & Joko, R. (2018). Analisa Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Restoran Madame Chang dan Hubungannya Dengan Respon Konsumen. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6 (2), 102-113.
- Fahmi, M. N. (2018). Endorse dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam. *An-Nawa: Jurnal Hukum Islam*, 1(1), 1-27. <https://doi.org/10.37758/annawa.v1i1.109>
- Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. Rajawali Pers.

- Hariningsih, E. (2013). *Internet Advertising* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 12-16. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/10>
- Indika, H., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25-31. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kotler, P., Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> ed). Pearson Education.
- Lee, W. I., Cheng, S. Y., & Wu, C. C. (2017). Effects among product attributes, involvement, word-of-mouth, dan purchase intention in online shopping. *Asia Pacific Management Review* xxx.
- Marsudi. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik Dalam *Customer Engagement*. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 63-73. DOI: <http://dx.doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3716>
- Mayasari, W. (2017). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Komar di Cabang Sumbawa Bandung*. Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/30320/>
- Mihart, C. (2012). Impact of Integrated Marketing Communication on Consumer Behaviour: Effects on Consumer Decision – Making Process. *International Journal of Marketing Studies*, 4(2), 121–129. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n2p121>
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 135-143. <https://doi.org/10.30596/jimb.v14i2.182>
- Pranita, E. (2020, Mei 11). Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia Dari Januari. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>
- Purnama, P., Anggraini, R., Hartono, A., Irwansyah,., & Ernungtyas, N.F. (2019). Terpaan Iklan Digital, *Word of Mouth* dan Komunikasi Pemasaran Interaktif pada Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh. *Jurnal Komunida*:

- Media Komunikasi dan Dakwah*, 9(1), 192-209.  
<http://ejurnal.stainparepare.ac.id/index.php/komunida>
- Riduwan. (2013). *Belajar Mudah Penelitian*. CV Alfabeta.
- Rizy, F. M., Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(2), ISSN 1693-7619
- Rosady, N., Suharyanti, Anitawati, M.Th. (2019). Dampak Experiential Marketing terhadap Minat Beli Produk IKEA [The Impact of Experiential Marketing of Purchase Intention of IKEA Product]. *Journal Communication Spectrum* 9(2), 176-188. <http://dx.doi.org/10.36782/jcs.v9i2.1986>
- Saidani, B., Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A SkillBuilding Approach*. Printer Trento Srl.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sujatmaka. (2020, Agustus 9). Brands of Choice in Pandemic Era. Swa. <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/brands-of-choice-in-pandemic-era>
- Titiek, C. (2020, April 21). Wanita dan Media Sosial. <https://www.suaramerdeka.com/news/opini/226658-wanita-dan-media-sosial>
- Zikmun, W. G., & Babin, B. J. (2011). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Salemba Empat.