

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on *Brand Attitude* and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*.
- Abzari, Mehdi, R. A., Ghassemi, & Vosta, L. N. (2014). Analysing The Effect of Social Media on *Brand Attitude* and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 143, 822-826.
- Anastasia Yuni Widyaningrum (2021) Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi, Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 10 Nomor 2 (2021) 141-152
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37-44.
- Dede Widian Prayugo (2018). P PENGARUH KOMUNITAS VIRTUAL TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* PADA GRUP FACEBOOK BUBUHAN SAMARINDA. *eJournal Ilmu Komunikasi* 2502-5961 ISSN (*Online*) 2502-597X, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id © Copyright 2018
- Dr. S. Bektu Istiyanto, S.Sos., M.Si., & Wiwik Novianti (2018) Etnografi Komunikasi Komunitas yang Kehilangan Identitas Sosial dan Budaya di Kabupaten Cilacap, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 6, No. 1, Juni 2018, hlm. 64-77
Korespondensi
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (*Edisi 8*) (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husna, N. (2022). Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada UMKM di Kota Banda Aceh). *Skripsi Universitas Islam Negeri AR*, 7.

- Khalisa, N. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Sosial Media Instagram Oleh Toko Hayami. Acc. *Skripsi Universitas Semarang*, 12.
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 11-19.
- Lusy Deasyana Rahmadevita, S. . (2013). PENGARUH REPUTASI MEREK DAN KOMUNITAS PELANGGAN TERHADAP NILAI PELANGGAN, WORD OF MOUTH SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN.
- Mochamad Husni, D. R. (2017). Reputasi yang Berkarakter. jakarta : PT Media Piar Indonesia.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rimiyati, H., & Widodo, C. (2014). Pengaruh citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen merek Samsung Galaxy Series (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 223-234.
- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-WoM terhadap citra perusahaan dan dampaknya terhadap niat beli konsumen pada situs *online* Shopee. *Id. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75-84.
- Rifqi Sulthan Fahrezzy & Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAPTOP ASUS. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN* Vol. 17, No. 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Meyliana. 2012. Pengaruh Komunitas Virtual dalam Keputusan Pembelian.
- Morisson. 2007. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Ramdina Perkasa

- Setiadi, N, J. 2003. *Perilaku Konsumen; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Medai Group.
- Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1, January- Juni 2013, hlm 80-86.
- Kotler-Keller, 2012, *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education, Boston
- Nugroho J. Setiadi ,2008, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Penerbit: Prenada Media Group