

DAFTAR RUJUKAN

- Ahyar. (2020). *Buku Metode Riset Kualitatif & Kuantitatif* (C. P. I. Group` (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. (ed.)).
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS. In *Semarang, Universitas Diponegoro*.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Riset Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method).
- Kanuk, S. dan. (2016). *Perilaku konsumen* (Indeks (ed.)). Indeks.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen* (Prenhalindo (ed.)). Prenhalindo.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Salemba Empat. (ed.); Edisi Ke T). Salemba Empat.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (P. Indeks (ed.); edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kusumawardani, D. A. (2010). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer studi kasus di Mahkota Wedding And Event Organizer Semarang*. Universitas Semarang.
- Mangarek, C. O. M. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Radio terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Kota Tomohon dalam Berbelanja di Grand Central Supermarket & Dept. Store. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 10(1).
- Mediany, K. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan, Brand Image Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Iklan BODREX Di Televisi. *Amani Library Management System*, 1(1).
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Muhson, A. (2006). Teknik Analisis Kuantitatif. *Makalah Teknik Analisis II*, 1–7.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, A. R. (2017). Pengaruh Terpaan Iklan Obat Non Resep Dengan Sikap Masyarakat (Studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obat non resep yang tayang pada televisi dengan sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian). *Jurnal Komunikasi*, 4(1).
- Nurgiyantoro, S. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth Marketing*. Skripsi Tidak Diterbitkan.

- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. alex Komputindo.
- Puspitaningtyas, A. W. K. dan Z. (2016). *Metode Riset Kuantitatif* (Pandiva Buku (ed.); Pandiva Bu). Pandiva Buku.
- Rakhmat. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Remaja.
- Ramadhan, G. (2023). Pengaruh Terpaan Iklan, Kemasan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna Mild Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. *Jurnal Riset Dan Kajian Ilmiah*, 21(3).
- Saputra, R. H. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Youtube Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNRIYO. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Satori, D., & Komariah, A. (2009). Metodologi riset kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Siregar, S., & Siregar, S. (2012). Statistika deskriptif untuk riset: dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17 / Syofian Siregar. 1. *STATISTIK DESKRITIF, Statistika Deskriptif Untuk Riset: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17 / Syofian Siregar*.
- Sugiono. (2013). Sugiyono, Metodologi Riset Kuantitatif, Kualitatif. In *Mode Riset Kualitatif*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Sugiyono. (2019). *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Sugiyono, Sofyana, L., Rozaq, A., Ruangguru, Pendidikan Administrasi Perkantoran, J., Ika Handarini, O., Sri Wulandari, S., Nurhayati, D. A. W., Nasution, Munawwir, A., Nerizka, D., Likert, R., Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Indonesia, R., Kartosapoetro, Islami, M. M., Fatimannisa, A., Dollah, S., Abduh, A., ... Agustin, Y. (2019). *Metode Riset Naturalistik Kualitatif*. Pembelajaran Daring Kombinasi Berbasis Whatsapp Pada Kelas Karyawan Prodi Teknik Informatika Universitas PGRI Madiun.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Ghalia (ed.)). Ghalia.
- Suprpto, M. S. T. (2006). Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi. In *Media Pressindo*.
- sutisna, icam. (2020). Statistika riset. *Universitas Negeri Gorontalo*.
- Syofian Siregar. (2013). Statistika parametrik untuk riset kuantitatif. In *Bumi aksara*.
- Umar, A. (2016). Peranan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bagi Usaha Kecil dan Menengah. *KNIT-2 Nusa Mandiri*.
- Wahyuni, I. (2016). *Strategi Viral Marketing melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan (Studi diskriptif kualitatif pada selfie contest*

Avoskinbeauty)
<https://digilib.uinsuka.ac.id/id/eprint/20142/2/11730026>

[uinsuka].

Mima Br Girsang, 2025

***PENGARUH TERPAAN IKLAN DIGIMAP MELALUI INSTAGRAM TERHADAP 54
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Followers Akun Instagram @digimap_id)***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]