

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, K., Hadisiwi, P., Ratna Suminar, J., & Dida, S. (2022). *Pengaruh Terpaan Informasi Keluarga Berencana terhadap Intensi Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang*. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 205–222. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art7>
- Amin, K., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2022). *Bagaimana Terpaan Media Untuk Informasi Covid-19 Memengaruhi Niat Mahasiswa Menerapkan Perlindungan Kesehatan Selama Pandemi*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 112–125. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.2.112-125>
- Andebar, W. (2023). *Berlaku Maret 2023, Begini Tanggapan Honda Soal Subsidi Motor Listrik*. *Gridoto.Com*. <https://www.gridoto.com/read/223701878/berlaku-maret-2023-begini-tanggapan-honda-soal-subsidi-motor-listrik>
- Andika, M. L. (2024). *Motor Listrik Masih Sepi Peminat, Honda Bilang Begini*. *Oto.Detik.Com*. <https://oto.detik.com/motor/d-7524531/motor-listrik-masih-sepi-peminat-honda-bilang-begini>
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya*. *Prologia*, 6(2), 304–311. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15499>
- Ayu, I., Dewi, K., Manajemen, P., Bisnis, E., & Pariwisata, D. (2022). *Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Iklan Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Milenial*. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(3), 729–739.
- Bahfiarti, T., & Arianto, A. (2022). *Uses and gratifications approach: influence of COVID-19 media exposure on millennial generation in Makassar city, Indonesia*. *Heliyon*, 8(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09704>
- Baker, D. M., & Fulford, M. D. (2016). *Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend*. *Tourism & Management Studies*, 12(1), 74–85. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12108>

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communication Perspective* (Sixth). The McGraw-Hill Companies.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi* (5th Ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriana, A. (2023). *Pengaruh Sikap dan Pengetahuan terhadap Minat Beli Produk Smart Home Service*. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 7761–7771. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1264>
- Germaine, A. F., Kuswarno, E., & Wibowo, K. A. (2023). *Pengaruh Terpaan Iklan Instagram terhadap Intensi Pembelian Produk Erigo Melalui Sikap terhadap Iklan dan Sikap terhadap Merek*. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 385. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.737>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantika, G. G. (2019). *Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast)*. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.4707>
- Hakim, F., & Anggraini, D. (2022). *Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa*. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1.862>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian* (Cetakan 1). PT Inkubator Penulis Indonesia. https://lib-pasca.unpak.ac.id/index.php?p=show_detail&id=14946
- Handoko, B., Sunaryo, & Muda, I. (2017). *Difference analysis of consumer perception of motorcycle product quality*. *International Journal of Economic Research*, 14(12), 363–379.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS*,

- LISREL, PLS. (Cetakan Pe). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Haya, A. N. A., & Hidayati, U. (2022). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Pada Akun Tiktok Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Konsumen Afifah Nafiatun Annisa Haya 1 ; Ulfah Hidayati 2 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi, 10*, 122–134.
- Hidayah, M. N. (2024). *Resmi, Honda Luncurkan Dua Motor Listrik Baru yang Akan Dijual Global*. Gridoto.Com.
<https://www.gridoto.com/read/224163281/resmi-honda-luncurkan-dua-motor-listrik-baru-yang-akan-dijual-global>
- Intyaswati, D. (2023). *Statistik Sosial: Pengujian Hipotesis Dengan Aplikasi SPSS*. PT. Pena Persada Kerta Utama.
<https://thesiscommons.org/ahjux/download?format=pdf>.
- Kau, M., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). *Pengaruh Faktor Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Online Shop Shopee. Jambura, 5*(1), 2022.
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/viewFile/15041/4506>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Limanseto, H. (2024). *Menko Airlangga: Perkembangan EV Perlu Terus Didorong untuk Mewujudkan Masa Depan Transportasi yang Ramah Lingkungan, Inklusif, dan Modern*. Ekon.Go.Id.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5960/menko-airlangga-perkembangan-ev-perlu-terus-didorong-untuk-mewujudkan-masa-depan-transportasi-yang-ramah-lingkungan-inklusif-dan-modern>
- Michelle, A., & Susilo, D. (2021). *Pengaruh Eksposur Media Sosial Instagram pada Keputusan Pembelian Pengaruh Eksposur Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian*. 6(1).
- Nuryasin, N. I. L., & Setyawan, S. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Limeliterentalkamera & @Sololensa). Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi, 8*(4), 816–831.
<http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/118>
- Polri, K. (2024). *Jumlah Data Persebaran Kendaraan*. Rc.Korlantas.Polri.Go.Id.

- <http://rc.korlantas.polri.go.id:8900/eri2017/laprekappulau.php>
- Pristiandaru, D. L. (2024). *Laporan IQAir: Kualitas Udara Indonesia Terburuk se-Asia Tenggara*. Kompas.Com.
https://lestari.kompas.com/read/2024/03/20/100000386/laporan-iqair--kualitas-udara-indonesia-terburuk-se-asia-tenggara?page=all#google_vignette
- Rambitan, R. A. (2024). *Keefektifan Social Media Marketing Platform Instagram Pada Usaha Bisnis Gadadua Dalam Menembus Pasar Internasional*. 1(6), 67–74.
- Randi, & Heryanto, M. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1–9.
<https://www.neliti.com/publications/131978/pengaruh-citra-merek-terhadap-minat-beli-pada-makanan-fast-food-ayam-goreng-stud>
- Ratnasari, E. D., & Ispandriarno, L. S. (2015). *Terpaan Media dan Tingkat Pengetahuan Pembaca (Studi Eksperimen Pengaruh Terpaan Teks Berita SKH Kompas dan SKH Bernas Jogja tentang Peristiwa Penyerbuan Lapas Cebongan terhadap Tingkat Pengetahuan Pembaca)*. 1948.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*. Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Perilaku Konsumen* (Ed. 7). PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); Edisi 1).
<https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=X6eFzc0mfT&dq=pengujian dengan efek mediasi Sholihin %26 Ratmono%2C 2020&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false>

- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Sumampouw, F. L. (2023). *Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. Komunikasi Dan Ilmu Soisal (JKIS)*, 1(3), 123–129. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedu). Andi Offset.
- Tobias-Mamina, R., Maziriri, E. T., & Chiliya, N. (2021). *Does media matter? The effect of digital media exposure, perceptions and attitudes towards voting. Journal for Communication Studies in Africa*, 40(1), 1–22.
- Wardhani, P. K., & Alif, M. G. (2019). *The Effect of Advertising Exposure on Attitude Toward the Advertising and the Brand and Purchase Intention in Instagram*. 348(APRiSH 2018), 196–204. <https://doi.org/10.2991/aprish-18.2019.24>
- Winarno, J. (2014). *Studi Emisi Gas Buang Kendaraan Bermesin Bensin Pada Berbagai Merk Kendaraan Dan Tahun Pembuatan. Jurnal Teknik*, 4(1).
- Yusuf, K. K., & Pradekso, T. (2021). *Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude). Interaksi Online* , 9(3), 217–229. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/31458>