

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Ardianto, E. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk PR Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Basuki, & Prawoto. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS Eviews* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Qiara Media.
- Greidina, N., & Kamalipour, Y. (2016). *Communication through the Universe*. Cambridge Scholars Publishing.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Hasan, M. I. (2019). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. PT. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. In *Teknik Praktis Riset Komunikasi by Rachmat Kriyantono* (p. 154).
- Kriyantono, R. (2013). Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik. In *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Morissan, M. . (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfebriaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Deepublish CV Budi Utama.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian. In *Andi*.
- Sangadji, S. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Andi Publisher.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)* (5th ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2016). *Statistik : Teori dan Aplikasi* (8th ed.). Erlangga.

Jurnal

- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129–142.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/2382/1178>
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ..., & Hasyim, H. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Yayasan Kita Menulis.
- Dumitrescu, L., Orzan, G., & Fuciu, M. (2015). Understanding the online consumer behaviour and the usage of the internet as a business environment—a marketing research. *Revista Economică*, 67(3), 63-79
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.

<https://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora/article/view/5188>

- Emeraldien, F. Z., Aulia, A. D., & Khelsea, Y. O. (2019). The Use Of Finstagram As A Platform For Self-Disclosure. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 85–96.
- Faiqah, F., Muh, N., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5(2), 259–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.31947/kjik.v5i2.1905>
- Gatautis, R., Kazakevičiūtė, A., & Tarutis, M. (2014). Controllable factors impact on consumer online behaviour. *Ekonomika ir vadyba*, 19, 63-71
- Gunawan, F. A. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–14.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2005>
- Hanifa, R. N., Fitriana, A., & Tayo, Y. (2018). Pengaruh Intensitas Terpaan Iklan Shopee di Televisi Terhadap Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 37–45.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1653>
- Harahap, D. A. (2018). PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor Yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.
- Indriastuti, Y. (2020). Group Communication Relations in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 49–58.
<http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/69>
- Kurniawan, D. (2018). KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISM- RESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60–68.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Kurniawan, P. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2), 217–225.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3533>

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jk.v8i1.49>
- Kusumawardani, D. (2016). Pusat Kuliner dan Oleh-Oleh di Bantul, D.I. Yogyakarta. *Jurnal Atma Jaya*, 1–15.
- Lisdayanti, A. (2017). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Harga dan CRM terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada The Milk Bar Bandung. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper (SCA 2017)*, 7(1), 174.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fjimb.v16i2.949>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fjimb.v16i2.949>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 127–138.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Norhabiba, F., Palupi, M. F. T., & Rohimah, A. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Shopee serta Tokopedia, Akses Aplikasi dan Minat Membeli pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(2), 93–101. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1885>
- Pala, R. (2017). E-Commerce and Urban People (Community Survey of Ujung Bulu City of Bulu Kumba Regency of South Sulawesi Province About E-Commerce Activities). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 1–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210101>
- Paranita, L. (2014). SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN TALKSHOW @Show_Imah DI TRANS TV. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1736>
- Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2017). (STUDI PADA REMAJA DI DAERAH SUB-URBAN KOTA BANDUNG). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 95–103.
<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/viewFile/2783/1776>
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). SOCIAL MEDIA MARKETING TWITTER DAN BRAND IMAGE RESTORAN BURGER. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Rusdi, F., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 95. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1221>

- Sajid, S. (2016). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 07(01), 1–5. <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103–114. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian. In *Andi*.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Sinurat, H., Silvia, I., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(Vol 9 No 1 (2020): AGUSTUS), 62–71. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/messageilmukomunikasi/article/view/681>
- Sukmaningrum, A., & Imron, A. (2017). Memanfaatkan Usia Produktif Dengan Usaha Kreatif Industri Pembuatan Kaos Pada Remaja Di Gresik. *Paradigma*, 05(3).
- Sulistyowati, E. (2013). MOTIVASI DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDUSTRI KERAJINAN KULIT DI YOGYAKARTA. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 2(2), 17–26. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i2.156>
- Sungkono, N. (2018). Pengaruh Endoser Anggun C. Sasmi Terhadap Peminatan Penggunaan Produk Shampoo Pantene Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 267–276. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i2.706>
- Syahdi, N., & Rummyeni. (2016). PENGARUH TERPAAN MOBILE ADVERTISING BERUPA SMS (SHORT MESSAGE SERVICE) OPERATOR KARTU AS TERHADAP SIKAP PENGGUNA TELEPON SELULER DI LINGKUNGAN MAHASISWA UNIVERSITAS RIAU. *JOM FISIP*, 3(2). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/10569>
- Syaifullah, S., & Ramdany, R. (2020). Mengukur Tingkat Kepatuhan Kepabeanan Perusahaan Ekspor Dan Import Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 69–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.37932/ja.v9i1.89>
- Watie, E. D. S. (2016). PERIKLANAN DALAM MEDIA BARU (Advertising In The New Media). *Jurnal The Messenger*, 4(1), 37-43., 4(1), 37–43. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v4i1.275>

- Wibawa, M. A., & Pradekso, T. (2018). Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Reza Oktovian dan Pengawasan Orang Tua terhadap Perilaku Agresif yang dilakukan Remaja Sekolah Menengah Pertama. *Interaksi Online*, 6(3), 307–311.
- Yahya Tanjung, M. M. (2016). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah "INTEGRITAS,"* 2(1).
- Yoganata, D. A. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 105–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jisop.v1i2.4791>

Skripsi

- Nurbani, Putri Aulia. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nurifani, N. (2019). *Pengaruh Metode On The Job Training terhadap Kinerja Karyawan pada Bisnis Kuliner Di Kec. Sinjai Utara* [Insitut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai]. <http://repository.iainsinjai.ac.id/id/eprint/83/>
- Salsabilla, S. (2020). *Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dari Segi Kuliner Di Kota Wisata Berastagi (Penelitian Pada Rumah Makan Muslim Gundaling)*. Universitas Medan Area.

Website

- Anggraeni, Rina. 2021. *Usia Pelaku UMKM Kebanyakan Tak Muda Lagi, Digital dan Komputer Ditakuti* (<https://ekbis.sindonews.com/read/433618/34/usia-pelaku-umkm-keanyakan-tak-muda-lagi-digital-dan-komputer-ditakuti-1621580719?showpage=all>), diakses pada 28 Februari 2022
- Baskoro, Faisal Maliki. (2020). *UMKM Sektor Kuliner, Jasa, dan Konveksi Paling Terdampak Pandemi* (<https://www.beritasatu.com/ekonomi/698453/umkm-sektor-kuliner-jasa-dan-konveksi-paling-terdampak-pandemi>) diakses pada 28 Februari 2022
- Erfinanto, Erik. 2021. *Lebih Dekat Dengan Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia* (<https://surabaya.liputan6.com/read/4677538/lebih-dekat-dengan-surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>), diakses pada 8 Desember 2021)
- Hamdi, Imam. (2017). *Riset Google: Warga Surabaya Paling Banyak Belanja Online*, (<https://bisnis.tempo.co/read/900135/riset-google-warga->

- [surabaya-paling-banyak-belanja-online/full&view=ok](#), diakses pada 20 September 2021)
- Herman. (2021). *Jumlah UMKM Go Digital Naik 99% Selama Pandemi* (<https://www.beritasatu.com/ekonomi/835765/jumlah-umkm-go-digital-naik-99-selama-pandemi>, diakses pada 6 Februari 2022)
- Javier, Faizal. (2021). *Survei Jakpat : Youtube Jadi Medsos Terpopuler di Indonesia pada Semester 1 2021 Meski Penggunaannya Menurun*, (<https://data.tempo.co/data/1202/survei-jakpat-youtube-jadi-medsos-terpopuler-di-indonesia-pada-semester-1-2021-meski-penggunaannya-menurun>, diakses pada 18 September 2021)
- Jayani, Dwi Hadya. (2021). *Bukan Shopee, Tokopedia Juara E-commerce Terpopuler Kuartal II 2021*, (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/bukan-shopee-tokopedia-juara-e-commerce-terpopuler-kuartal-ii-2021>, diakses pada 15 September 2021)
- Jawapos. (2021). *Jumlah Penduduk Surabaya Capai 2.874.314*, (<https://www.jawapos.com/surabaya/02/02/2021/jumlah-penduduk-surabaya-capai-2-874-314-jiwa/>, diakses pada 22 September 2021)
- Jelita, Insi Nantika. (2021). *Gara-gara Pandemi Covid-19, Diperkirakan 30 Juta UMKM Bangkrut* (<https://mediaindonesia.com/ekonomi/433606/gara-gara-pandemi-covid-19-diperkirakan-30-juta-umkm-bangkrut>, diakses pada 5 Februari 2022)
- Lidwina, Andrea. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*, (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>, diakses pada 15 September 2021)
- Muslimawati, Nicha. (2021). *Saat Jokowi Fokus UMKM & Benci Produk Asing, DPRD Pilih Merek Luar Negeri*, (<https://kumparan.com/kumparanbisnis/saat-jokowi-fokus-umkm-and-benci-produk-asing-dprd-pilih-merek-luar-negeri-1wKxe5rKz0u/full>, diakses pada 19 September 2021)
- Putra, Dwi Aditya. (2021). *Produk Impor Kuasai Situs Belanja Online*. <https://www.merdeka.com/khas/produk-impor-kuasai-situs-belanja-online.html>, diakses pada 22 Desember 2021
- Riyanto, Galih Putri. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*, (<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>, diakses pada 15 September 2021)

- Setyowati, Desi. (2021). *Hampir 16 Juta UMKM Rambah E-Commerce, tapi Hadapi 7 Tantangan* (<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6178ff641acdf/hampir-16-juta-umkm-rambah-e-commerce-tapi-hadapi-7-tantangan>, diakses pada 6 Februari 2022)
- Stephanie, Conney. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial*, (<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>, diakses pada 16 September 2021)