

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kholik, Sri Maulida, *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2019)
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Jurnal Pilar*, Vol 14.No 1 (2023), hlm 20
- Amini, Anisa, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami', *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, Vol 2.No 2 (2022), hlm 6-7
- Arba'atussholihah, Ade, 'Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas 11 Ips Di Kota Tangerang 1', *JBES*, Vol 4.No 1 (2023)
- Arifin, A, 'Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Makassar', *Universitas Hasanuddin Makassar*, 2012, 3
- Azizah, Mabarroh, 'Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, Vol 3.No 1 (2016), hlm 44-46
- Duha, Menitulo Gohae Paskalis Dakhi dan Timotius, 'Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, Vol 4.No 2 (2021)
- Irianti, Yulia, and Endri Listiani, 'Pengaruh Iklan Grab Terhadap Sikap Konsumen', *Prosiding Manajemen Komunikasi*, Vol 6.No 2 (2020)
- Jaiz, Muhammad, 'Dasar-Dasar Periklanan Edisi 2', *Graha Ilmu, Cet Ke 1, Yogyakarta*, 2014, hlm. 147
- Juniawati, 'Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran Dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam Di Kalimantan Barat', *Jurnal Dakwah*, Vol XV.No 2 (2014), hlm 215
- Kadek Riyan Putra Richadinata, Ni Luh Putu Surya Astitiani, 'Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional', *E-Jurnal Manajemen Universitas Bali Internasional*, Vol 10.No 2 (2021)
- Mukromin, Wiwik Laela, 'Media Sebagai Lembaga Sosial Dan Komersial', *Jurnal Al-Nashihah*, Vol 3.No 2 (2019)
- Pratama, Ananda Rizki, 'Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Olahan Keripik Tempe Rini Snack Di Kota Duri', *Pekanbaru: Skripsi*, 2022

- Putri, Kiki Rizkita, 'Analisis Efektivitas Iklan Online Dengan Menggunakan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)', *Universitas Lampung Bandar Lampung*, 2018, hlm 20
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 2011
- Razak, Mashur, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016)
- S, Nur Melianty, Suratno Suratno, and Ali Idrus, 'Pengaruh Iklan Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari', *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 3.No 1 (2019), .
- Samosir, Betania Agustina, and Sri Wartini, 'Pengaruh Iklan Pada Keputusan Pembelian Melalui Sikap Konsumen', *Management Analysis Journal*, 6.3 (2020)
- Santoso, Erica Delia, and Novia Larasati, 'Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13.1 (2019), hlm 31-32
- Subianto, Totok, 'Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3.3 (2017), 168–70
- Wahyuning, Sri, *Dasar-Dasar Dasar Statistik*, ed. by Indra Ava Dinata (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021)
- Widyaningrum, Premi Wahyu, 'Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)', *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6.2 (2016), 84