

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, dkk. 2021. Dasar – Dasar Periklanan. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Arifuddin, Muhammad Rizqi dan Irwansyah. 2019. “Dari Foto Dan Video Ke Toko : Perkembangan Instagram Dari Perspektif Konstruksi Sosial”. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media Vol. 3 No. 1. Hal : 38. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1256>
- Augustinah, Ferdianty dan Widayati. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang”. Jurnal Dialektika Vol. 4 No. 2. Hal. 5. <https://media.neliti.com/media/publications/292595-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-6c6eab47.pdf>
- Budiastuti, Dyah dan Agustinus Bandur, Ph. D. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Guru, Restaurant. 2022. Kastem Coffee & Space. <https://restaurantguru.com/KASTEM-COFFEE-and-SPACE-Semarang/reviews?bylang=1>.
- Hidayat, Anwar. 2017. Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html> diakses pada 30 Juni 2022.
- Indonesia, Kementerian Perindustrian Republik. 2017. *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta.
- Irwansyah, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Jogja, Kastem Space Instagram. [instagram.com/kastemspace_jogja](https://www.instagram.com/kastemspace_jogja).
- Komarudin dan Sarkadi. 2017. *Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: RizQita Publishing & Printring.

- Mardiastika, Ema. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton Dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton”. Skripsi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
http://eprints.undip.ac.id/35626/1/ARTIKEL_JURNAL_ema.pdf
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Nuryadi, dkk. 2017. *Dasar – Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Pekalongan, Kastem Space Instagram. [instagram.com/kastemspace_pkl](https://www.instagram.com/kastemspace_pkl).
- Prastya, Dicky. 2022. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 204,7 Juta di Tahun 2022. <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/21/163932/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-2047-juta-di-tahun-2022> diakses pada 15 Maret 2022.
- Razak, Mashur. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin Universitas Press.
- Riyanto, Andi Dwi. 2021. Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2021 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> diakses pada 03 Maret 2022.
- Semarang, Kastem Space Instagram. [instagram.com/kastemspace_](https://www.instagram.com/kastemspace_).
- Setyawan, Dodiet Aditya. 2014. *Modul Statistika: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Surakarta.
- Sinollah, dkk. 2020. “Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian”. Hal. 96. [https://www.researchgate.net/publication/348081373 Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian](https://www.researchgate.net/publication/348081373_Analisis_Periklanan_Pengaruhnya_Terdapat_Perilaku_Konsumen_dan_Dampaknya_pada_Keputusan_Pembelian)
- Soraya, Iin. 2018 – 2019. *Modul Dasar – Dasar Periklanan*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, Gito. 2021. *Statistik Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Susilowati, Heni, dkk. 2018. “Peran Celebrity Endorser Dalam Buying Decision”. Hal : 66. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak/article/view/144>
- Tatoni, Romy Victor. 2012. “Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek Dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone Di Surabaya”. Hal: 2.
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/311/284>.

- Valiant, Valentin. 2020. "Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri". Artikel: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta. <http://repository.upiyai.ac.id/1252/1/INSTAGRAM%20SEBAGAI%20MEDIA%20SEBAGAI%20EKSISTENSI%20DIRI%20Valiant.pdf>.
- Widowati, Theresia Intan. 2015. "Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Pada Merek Melalui Efektivitas Iklan Pada Iklan Merek "X" Di Surabaya". Hal : 3. <http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/762/750>
- Winarno. 2013. Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani. Malang: Universitas Negeri Malang (UM Press).

LAMPIRAN 1

Kuisisioner Penelitian

PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KASTEM SPACE COFFEE DI KOTA SEMARANG

Perkenalkan saya Putra Adji Bangun Kusuma, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi mengenai "Pengaruh Iklan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kastem Space Coffee Di Kota Semarang". Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuisisioner ini demi kelancaran penelitian skripsi saya. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk : Pilihlah jawaban sesuai pendapat anda.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)