

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Ameliah, R., Negara, R.A., Rahmawati, I. (2021). Status Literasi Digital Indonesia. KOMINFO.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, D., Fahmi., Fitri, D.I., Mulyani, Y.S., Ismiyani, N., Sabudu, D. (2021). Literasi Digital dalam Dunia Pendidikan di Abad Ke-21. Media Nusa Kreatif.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, Perilaku Konsumen, Jilid 1, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2014), 339
- Kotler, Armstrong, G., (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P., Keller, K.L., (2008). Manajemen Pemasaran. Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nanang Gozali, T. S. N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Prajarini, Dian., (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. deepublish,
Yogyakarta.

Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka
Setia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (p. 329)

Sumber Jurnal:

A'yuni, Q. Q. (2015). Literasi Digital Remaja Di Kota Surabaya: Studi Deskriptif
tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital pada Remaja SMP, SMA dan
Mahasiswa di Kota Surabaya. *Libri-Net*, 4(2), 1–15.

<https://repository.unair.ac.id/17685/>

Berta Dinata, K. (2021). Analisis Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa. *Jurnal
Pendidikan*, 19, 105–119. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v19i1>

J., Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana
Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Bisnis Terapan*.

Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiyanti, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F.
(2022). *Pengaruh kemasan, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli
konsumen mixue. 1*, 1–16.

Karim, R., Wolok, T., & Lesmana Radji, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 5–24.

Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Medan -Banda Aceh Peudada Bireun Aceh, J., Medan -Banda Aceh, J. K., & Rata Lhokseumawe Aceh, B. (2021). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pencegahan Informasi Hoaks pada Remaja di SMANegeri 7 Kota Lhokseumawe The Effect of Digital Literacy on the Prevention of Hoax Information on Adolescents in SMANegeri 7 of Lhokseumawe City. *Jurnal_Pekommas_Vol._6_No, 2*, 77–84. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060210>

Muliani, A., Karimah², M., Liana, M. A., Anodhea, S., Pramudita⁴, E., Riza⁵, M. K., & Indramayu⁶, A. (2021). Pentingnya Peran Literasi Digital bagi Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4.0 untuk Kemajuan Indonesia. In *Journal of Education and Technology*. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet>

Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>

Nurrahmanto, Agus, P. (2015). Pengaruh Kemudahan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1),

1–78.

Puguh, K. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. Universitas Trunojoyo Madura.

Kompetensi, 11(2), 217–225.

<http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>

Rachmawati, I.K., Hidayatullah, S., Nuryanti, F., Wulan, M. (2020). *The effect of consumer confidence on the relationship between ease of use and quality of information on online purchasing decisions. International Journal of Scientific and Technology Research*. Vol. 9, 774-778.

Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72–87. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>

Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Eefektifitas Komunikasi*. AMIK BSI.

Setyawan, A. (2019). *The Effect Of Perception And Social Media Use Toward Hoax #JUSTICEFORAUDREY In Senior High School Students At Pesanggrahan Subdistrict*. <http://mastel.id/press->

Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Suparwo, A., Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

informasi, dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Minat Beli Online di
Lazada. Jurnal Ilmiah PERKUSI. Vol 1, 446.

Syaf, H., Harefa, aini, Nofita Sari, S., Hia, N., Studi Perpustakaan dan Sains
Informasi, P., & Ilmu Komunikasi, P. (2021). *Pengaruh Literasi Digital
Terhadap Tingkat Pengetahuan Tentang Hoax Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. 1* (Vol. 3,
Issue 2).