

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, N. S. dan Utomo, E. P. 2019. *Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri*. Jurnal komunikasi, Volume 13, Nomor 2, April. Hal 179-190.
- Bala, M. dan Verma, D. 2018. *A Critical Review of Digital Marketing*. International Journal of Management, IT & Engineering. Vol. 8 Issue 10, October.
- Berrar, D. 2019. *Cross-Validation*. Encyclopedia of Bioinformatics and Computational Biology, Volume 1, Elsevier, pp. 542-545.
- Bhat, S., Bevans, M. dan Sengupta, S. 2002. *Measuring Users' Web Activity to Evaluate And Enhance Advertising Effectiveness*. Journal of Advertising, 31: 97-106.
- Danaher, P.J. dan Mullarkey, G.W. 2003. *Factors affecting online advertising recall: A study of students*. Journal of Advertising Research, 43: 252-267.
- Dewaweb. 2018. *Cara Membuat Instagram Ads: Panduan Lengkap 2018*. <https://sgx01.dewaweb.com/~wp2dewaweb/cara-membuat-instagram-ads-panduan-lengkap/> (diakses online pada 28 November 2019).
- Dewi, A. M. 2018. *Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal*. EkoNiKa I Volume 3. Nomor 1, April. I 1-22.
- Diyatma, A. J. 2017. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro dan Bar*. E-Proceeding of Management: Vol.4, No.1 April. 175-179.
- Dreze, X. dan Hussherr, F. X. 2003. *Internet Advertising: Is Anybody Watching?* Journal of Interactive Marketing, 17: 8-23.
- Dullah, S., 2002, *Batik, Pengaruh Zaman dan Lingkungan*, Danar Hadi, Solo.

- Erdem, S., Durmuş, B., dan Özdemir, O. 2017. *The Relationship with Ad Clicks and Purchase Intention: An Empirical Study of Online Consumer Behaviour*. European Journal of Economics and Business Studies Sep. Dec. 2017 Vol. 9, Nr. 1.
- Erdogmus, I. E., dan Çiçek, M. 2012. *The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 58:1353-1360.
- Eryta, A. 2013. *Aplikasi instagram sebagai media komunikasi pemasaran online shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online shop)*. Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Faber, R.J., Lee, M. dan Nan. X. 2004. *Advertising And The Consumer Information Environment Online*. American Behavioral Scientist, 48: 447-466.
- Ferdinand, A. T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi*. Semarang. BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*. Semarang. BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- Goldsmith, R.E. dan Lafferty, B.A. 2002. *Consumer Response to Web Site And Their Influence On Advertising Effectiveness*. Journal of Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 12: 318-328.
- Gujarati dan Damodar, 2007. *Ekonometrika Dasar*, Jakarta: Erlangga.
- Hajli, M. N. 2014. *A Study Of The Impact Of Social Media On Consumers*. International Journal of Market Research Vol. 56 Issue 3.
- Hamzuri, 1985, *Batik Klasik (Classical Batik)*, Djambatan, Jakarta.
- Harshini, C. S. 2015. *Influence of Social Media Ads on Consumer Purchase Intention*. International Journal Of Current Engineering And Scientific Research (IJCESR). Volume-2, Issue-10.
- He, Q. dan Qu, H. 2018. *The Impact of Advertising Appeals on Purchase Intention in Social Media Environment*. Journal of Business Administration Research. Vol. 7, No. 2.

- Howitt, D., dan Cramer, D. 2011. *Introduction to Research Methods in Psychology*. Pearson.
- Indika, D. R. dan Jovita, Cindy. 2017. *Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Bisnis Terapan : Volume 01, Nomor 01, Juni. 25-31.
- Kemenperin. 2019. *Diminati Pasar Global, Ekspor Batik Dibidik Naik 8 Persen*, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/20650/Diminati-Pasar-Global,-Ekspor-Batik-Dibidik-Naik-8-Persen>, (diakses *online* 28 November 2019).
- Khong, K.W. 2010. Examining the Impact of *Online* Advertising on Purchase Intentions. *Online Advert ising: A Study of Malaysian Consumers*. Volume 5, Number 2, December 2010
- Kompas.com. 2019. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa> (diakses *online* pada 28 November 2019).
- Kotler, Philip. 2005. *Marketing Management (Terjemahan)*. Prentice Hill Inc: The Millenium Education.
- Kotler, Philip. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga.
- Laudon, K. C. dan Laudon, J. P. 1998. *Management Information System Managing The Digital Firm*. Salemba Empat: Pearson Education.
- Lim, Y. M., Yap, C.S., dan Lau, T. C. 2011. *The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decision: Liking, Recall and Click*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(9): 1517-1524.
- Margaria. 2015. *Jenis-Jenis Batik Menurut Cara Pembuatannya*. <https://www.margaria.co.id/news/read/2015/06/jenis-jenis-batik-menurut-cara-pembuatannya-> (diakses *online* 14 Juli 2020).
- Megawati dan Linda, M. R. 2014. *Pengaruh Iklan Online Pada Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masyarakat Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Volume 3 Nomor 2, September.

- Menon, S. dan Soman, 2002. *Managing the power of curiosity for effective web advertising strategies*. Journal of Advertising, 31: 1-14.
- Negoitã, O. D., Purcărea, A.A., dan Popescu, M.A.M. 2019. *Research on Online Promoting Methods Used in a Technological Society*. Procedia Manufacturing 32 (2019) 1043–1050.
- Prasetyo, D. D., Yulianto, E., dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Volume 41 Nomor, 1 Desember.
- Pratomo, Y. 2019. *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. (diakses online pada 24 November 2019).
- Setiawati, M. 2015. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, Bandung; Alfabeta,
- Sularso, 2009, *60 Tahun Gabungan Koperasi Batik Indonesia*. Koperasi Pusat Gabungan Koperasi Batik Indonesia. Jakarta
- Syaifullah, A. dan Honantha, C.R. 2020. *The Effect Of Social Network Marketing, Attitudes Towards Social Network Marketing And Consumer Engagement On Consumer Purchase Intention On Batik*. Advances in Economics, Business and Management Research, volume 115.
- Tutiasri, R.P., Febriyanti, S.N., Huzain, A.F., dan Nugroho, A.S. 2019. *Creative Marketing Strategies of Sembung Batik*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 42.
- Untari, D. dan Fajariana, D.E. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*. Widya Cipta, Volume 2 No. 2 September 2018.

Websindo. 2019. *Indonesia Digital 2019: Media Sosial.*

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> (diakses *online* pada 28 November 2019).

Yasmin, dkk. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*. Volume 1, Issue 5, April 2015, Pages 69-80