

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Kusnawan. (2019). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*, <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>.
- Aladwani, A. (2002). The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites. <https://www.researchgate.net/c/oemcbc/javascript/lib/p>, 223-234.
- Bilson, S. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bittner, J. (1980). *Mass communication, an Introduction*. Prentice Hall.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- C, M., John, & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Fatoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Galuh Wanda Saputri. (2019). *Pengaruh Aplikasi Wattpad terhadap Minat Baca di bidang Dakwah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi*, http://digilib.uinsby.ac.id/34613/3/Galuh%20Wanda%20Saputri_%20B91215054.pdf.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hernita Br Siallagan. (2019). *Pengaruh Aplikasi Ruangguru Terhadap Minat Belajar Siswa (Studi pada Siswa-Siswi Kelas XI SMA Fransiskus Bandar Lampung)*, <http://digilib.unila.ac.id/60626/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>.
- Hopkins. (1993). *Desain Penelitian Tindakan Kelas (Model Ebbut)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen. Edisi Pertama*. Yogyakarta.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Liliweri, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: Aditya Bakti.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication Models: For The Study of Mass Communication. 2 nd Edition*. New York: Longman Inc.
- Nasution. (1996). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurits Nadia Khafiyah. (2018). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo (Studi pada mahasiswa jurusan pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43391>.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Peta Sebaran Covid 19*. (2020, 08 04). Retrieved from <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- Poerwadarminta, W. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rakhmat, J. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Ruky, A. S. (2006). *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjana, N. (1989). *Penelitian dan Penilaian*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Valencia, V., & Ahmad, J. (2018). *Pengaruh Pesan Iklan Televisi “Dana App-Dompet Digital Indonesia 60s (2018)” terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana*. Retrieved from Jurnal UNTAR: <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6404>
- West, R., & Lynn H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.