

DAFTAR PUSTAKA

- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Program Kampanye “ Say No To Plastic Bag ” Oleh the Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat. *Wacana*, XIII(2), 155–177.
- Arwendria ... Randa, E. (2017). ada setiap program studi yang terdapat di IAIN Imam Bonjol. Kata kunci : Situs Jejaring Sosial, Informasi Keislaman, motivasi mahasiswa, intensitas penggunaan. *Jurnal Lkatan Pustakawan Indonesia*, 2(1), 19–34.
- Fibriany, F. W. ... Magdalena, M. (2022). *Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Service Quality dan Brand Image (Studi Kasus Pelanggan Produk Zara Indonesia)*. 6(3), 5416–5421.
- Gunawan, D. (2020). Pengaruh Social Media Campaign dan Online Promotion Terhadap Purchase Intention Pada Gojek Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–9.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/viewFile/10471/9329>
- Halim, S. F. ... Sudirman, A. (2024). Analisis Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Tokopedia Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Prima Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4536–4542. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.7721>
- Kustiawan, W. ... Agustina, S. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 1–5.

- Larasati, S., & Gilang, A. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 200.
<https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12167>
- Maria, Y. (2022). Accountia Journal. *Accountia Journal*, 6(2), 31.
- Masitha, R. U., & Eka Bonita, E. A. (2019). Pengaruh Digital Campaign Web Series Sore Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia Di Kalangan Remaja-Dewasa Muda. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 149–156. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.61>
- Mayogi, D. G., & Fidiana. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(1), 1–18.
- Nur, E. W., & Pradekso, T. (2018). Pengaruh terpaan iklan Facebook, terpaan artikel advetorial, terpaan endorser di Instagram pada kampanye “#CerahkanDenganDove” terhadap keputusan pembelian Dove ultimate white deodoran. *Interaksi Online*, 6(3), 220–225.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21006>
- P, Annisa Nurul dan Y, S. (2023). Peran K-Pop Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Sosial Remaja. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Humaniora.V8I2>, 8(2), 60–68.
- Popović-Šević, N. ... Ilić, M. (2021). Marketing focused on the online brand community: The example of Zara. *Marketing*, 52(1), 32–42.
<https://doi.org/10.5937/markt2101032p>

Pratama, R. A., & Herlina, M. (2021). Pengaruh terpaan pemberitaan virus corona di Kabupaten Bogor pada media online CNN Indonesia terhadap tingkat kecemasan warga. *Pantarei*, 5(2), 1–9.

<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/700>

Purba, Riska Merinda. Mawardi, M. K. (2017). The Influence of Social Marketing Campaign on Buying Decision (Survey on Students of Brawijaya University's Perspective about 100% Cinta Indonesia Campaign). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50 (4)(4), 133.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2040/2432>

Sahil, M., & Setyabudi, D. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Oppo Smartphone dan Intensitas Word Of Mouth dengan Minat Beli Produk Oppo. *Interaksi Online*, 3(2), 195–202.

Sandala, D. ... Tumbuan, W. J. F. A. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2721–2730.

Shankar, A. ... Ashaduzzaman, M. (2020). How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(June 2019), 101920.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920>

Surokim. (2015). Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 24–26. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki>

- Suyitno, & Khijatul Istiadah. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Ecomant*, 5(1), 1–15.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Tobing, P. D. S. L. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jalan Kutilang Cabang Binjai Timur. *Journal Information*, 10, 1–16.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Waspodo, A. A., & Minadaniati, L. (2012). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Karyawan Pada Pt . Trubus Swadaya. *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Karyawan Pada Pt. Trubus Swadaya Depo*, 3(1), 1–16.
- Yusuf, K. K., & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude). *Interaksi Online* , 9(3), 217–229.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/31458>
- Zahirah, Y. (2023). Pengaruh Terpaan Kampanye #ImPerfectBeauty Terhadap Sikap Khalayak Pada Konsep Kepercayaan Diri. *The Commercium : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 07(02), 127–132.
- Zeng, X., & Lou, S. (2021). Offensive Advertisements Influence You More Than Me: An Examination of the Third-Person Effects in the Chinese Cultural Context. *Journal of Applied Business and Economics*, 23(5), 165–179.

<https://doi.org/10.33423/jabe.v23i5.4571>

BUKU

Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2005). *Komunikasi massa: suatu pengantar (cetakan kedua)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cholil, A. M. (2021). *150 Brand Awareness Ideas*. Anak Hebat Indonesia.

Chunling, L. (2020). *Analysis on the Marketing Strategy of Fast Fashion Brand Zara Based on 4C Theory*. In the 4th International Conference on Economics, Management Engineering and Education Technology (ICEMEET 2020) (pp. 3-5).

Griffin, E. M. (2012). *A first look at communication theory*. McGraw-hill.

Harmoko, M. P., Kilwalaga, I., Pd, S. P. I., Asnah, S. P., Rahmi, S., Adoe, V. S., ... & Arina, F. (2022). *Buku ajar metodologi penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.

Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing* ,12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Littlejohn, S. W. & Karen, A. F. (2009). Teori komunikasi massa. Jakarta: Salemba Humanika.

Moriarty, S., Mitchell, N. D., Wells, W. D., Crawford, R., Brennan, L., & Spence-Stone, R. (2014). Advertising: Principles and practice. Pearson Australia.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.

Ruslan, R. (2013). "Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations", (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013)

Ruslan, R. (2013). Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, Joseph. (2010). *Consumer behavior*.

Setyawan, I. D. A. (2021). Petunjuk praktikum uji normalitas & homogenitas data dengan SPSS.

Sugiyono (2019). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung, 31.

WEBSITE

Fadulu L. (2023). *Zara Removes Campaign After Critics Call It Insensitive to Israel-Hamas War*, diakses 2 Januari 2024 <https://www.nytimes.com/2023/12/12/business/zara-campaign-israel-gaza-war.html>

Jordan D. (2023). *Zara advert accused of resembling Gaza images*, diakses 2 Januari 2024 <https://www.bbc.com/news/business-67681865>

Nurfiranti, Nastiti Swasiwi (2024). *10 Perusahaan Ini Dinilai Terafiliasi Israel yang Diboikot Sesuai Irsyadat MUI*, diakses 13 Mei 2024
<https://www.insertlive.com/lifestyle/20240407110248-210-335191/10-perusahaan-ini-dinilai-terafiliasi-israel-yang-diboikot-sesuai-irsyadat-mui>