

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press
- Ferdinand, Augusty, 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fill, Chris., dan Sarah Turnbull. 2016. *Marketing communications: Discovery, creation and conversations*. Harlow, England: Pearson Education Limited
- Jamieson, Barbara., dan Chris Fill. 2011. *Marketing Communication*. Heriot - Watt University:: Edinburgh Business School
- Kotler, Philip., Kartajaya, Hermawan., dan Iwan Setiawan . 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Petrescu, Maria. 2014. *Viral Marketing and Social Networks*. New York: Business Expert Press, LLC
- Priansa, Donni Juni . 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Albeta
- Sutedjo, Budi., Widodo, Ester., Hartono, Eddy., dan Samuel Prakoso. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.

JURNAL

- Dumatri, A. C. A., dan Indarwati, T. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli pada Burger King Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 478–488. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p478-488>

Handurwati, Indah., dan Adhita Maharani Dewi. 2018. *Pengaruh Viral Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Camilan Khas Daerah Secara Online*. Surakarta: Universitas Kristen Surakarta

Kaplan, Andreas Marcus. 2015. *Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media*. International Journal on Media Management, 17:4, 197-199, DOI: [10.1080/14241277.2015.1120014](https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014)

Kaplan, Andreas Marcus., dan Michael Haenlein. 2011. *Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance*. Business Horizons. 54. 253-263. 10.1016/j.bushor.2011.01.006.

Yanuar, D. Azman, Z., Nurrahmi, F., dan Fitria Qamara. 2021. *The Use of Viral Marketing Through Instagram to Increase Brand Awareness*. Tangerang: Ultimacomm, Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(1), 145-168.

SKRIPSI

Abdipranoto, Clarisa. 2020 *Pengaruh Viral Marketing Secondate Beauty dalam Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi FISIP, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

ARTIKEL WEB

Auliani,P. 2020.*Pertumbuhan Ekonomi Minus 5,32 Persen: Sekali Lagi, Tolong Kendalikan Pandeminya*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2020/08/06/122846926/pertumbuhan-ekonomiminus-532-persen-sekali-lagi-tolong-kendalikan-pandeminya?page=all>, (Diakses pada 19 Agustus 2023)

CNN Indonesia. (2021, Februari). *Tokopedia Jadi E-commerce dengan Kunjungan Tertinggi di RI*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210225192546-97-611036/tokopedia-jadi-e-commerce-dengan-kunjungan-tertinggi-di-ri>. (Diakses pada 28 Maret 2023)

Ekarina. 2020. *Modus Bisnis Burger King di Balik Pesan Simpatik untuk McDonalds*. Retrieved from <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fa2d4de3fddb/modus-bisnis-burger-king-di-balik-pesan-simpatik-untuk-mcdonalds> (Diakses pada 19 Agustus 2023)

Febriani, Hani. 2020. *Trending di Twitter, Aksi Solidaritas Burger King Ajak Warga Beli Produk McD, KFC, hingga Warteg*. Retrieved from

<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01910734/trending-di-twitter-aksi-solidaritas-burger-king-ajak-warga-beli-produk-mcd-kfc-hingga-warteg>
(Diakses pada 21 Agustus 2023)

Iman, Mustafa. 2020. *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Retrieved from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>,
(Diakses pada 20 Agustus 2023)

Sandi,F. 2020. *Ada Apa dengan Burger King Minta Warga Pesan McD Hingga KFC?*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201105100701-4-199425/ada-apa-dengan-burger-king-minta-warga-pesan-mcd-hingga-kfc>,
(Diakses pada 20 Agustus 2023)

Topbrand-award.com. 2020. *Top Brand Award Restoran Fastfood 2018-2020*. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Burger%20Kin
(Diakses pada 15 Oktober 2023)

We Are Social & Hootsuite. 2020. *Digital Data Indonesia 2020 In Data Reportal*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
(Diakses pada 15 Oktober 2023)

LAMPIRAN

PROFIL PENULIS



Nama : Devi Akmalia

NIM : E021171526

Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 23 Juni 1998

Alamat : Jln Pelita Raya 6 No. 18, Makassar

Nama Ayah : Kasful Gummah

Nama Ibu : Rachmawati

Riwayat Pendidikan,

1. SDN Kompleks IKIP 1, Makassar
2. SMP Negeri 7, Medan
3. SMA Negeri 1, Makassar
4. Universitas Hasanuddin, Makassar

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH IKLAN VIRAL MARKETING BURGER KING DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA MAKASSAR

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Status Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian:

Berikan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang telah tersedia disetiap pertanyaan. Adapun kriteria penilaian sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

RG : Ragu-ragu

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
Provocation and Shock						
5	Konten iklan Burger King yang meminta konsumen untuk memesan dari McDonald's dan restoran lain adalah sesuatu yang tidak terduga dan menarik perhatian saya					
6	Iklan Burger King viral memuat konten yang mengejutkan sehingga saya merasa terdorong untuk membagikannya di media sosial					
7	Iklan ini memicu reaksi emosional yang kuat dari saya, baik positif maupun negatif					
INCONGRUITY AND SURPRISE						
8	Iklan Burger King ini menggunakan pendekatan yang berbeda dan inovatif, membuat saya merasa terkejut					
9	Konten iklan Burger King yang tidak terduga-duga, humoris, dan menyentuh emosi membuat saya lebih memperhatikan merek tersebut					
10	Iklan ini berhasil menarik perhatian saya karena keunikan dan inovasinya					
11	Saya tertawa atau merasa terhibur dengan cara iklan ini disajikan					

MINAT TRANSAKSIONAL						
12	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk Burger King setelah melihat iklan viral mereka di Instagram.					
13	Iklan Burger King di Instagram membuat saya lebih cenderung untuk membeli produknya					
MINAT REFERENSIAL						

14	Saya bersedia merekomendasikan produk Burger King kepada teman dan keluarga setelah melihat iklan mereka di instagram					
15	Iklan Burger King Viral di Instagram membuat saya lebih cenderung merekomendasikan produk mereka kepada orang lain					

MINAT PREFERENSIAL						
17	Saya lebih memilih produk Burger King dibandingkan produk fast food lainnya setelah melihat iklan mereka di Instagram					
18	Iklan Burger King viral di Instagram membuat saya memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap produk mereka					
MINAT EKSPLORATIF						
19	Setelah melihat iklan Burger King di Instagram, saya mencari lebih banyak informasi tentang produk mereka					
20	Saya merasa tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk Burger King setelah melihat iklan mereka di Instagram.					

PENGGUNAAN GADGET						
21	Iklan atau promosi yang saya lihat di gadget memiliki pengaruh besar terhadap keputusan saya untuk membeli produk Burger King					
22	Saya sering tertarik untuk membeli produk Burger King setelah melihat promosi di gadget saya					
23	Saya memutuskan untuk membeli produk Burger King setelah melihat promosi atau iklan di gadget saya.?					

24	Saya sering menggunakan aplikasi pemesanan makanan di gadget untuk memesan produk Burger King					
25	Saya menilai pengalaman menggunakan gadget untuk memesan produk dari Burger King sangat baik					

Keterangan

1. **SK : Sangat Kecil, K : Kecil, S: Sedang, B: Besar, SB: Sangat Besar**
2. **SJ : Sangat Jarang, J: Jarang, KK: Kadang-kadang, S: Sering, SS: Sangat Sering**
3. **Ya dan Tidak**
4. **SJ : Sangat Jarang, J: Jarang, KK: Kadang-kadang, S: Sering, SS: Sangat Sering**