

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, M. M. (1990). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Armstrong, G., Kotler, P., & He, Z. (2005). Marketing: an introduction.
- Bungin, B., & Kriyanto, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2010). Pengantar ilmu komunikasi Rajawali pers.
- Damiati, dkk. (2017). Perilaku Konsumen. Depok: PT RajaGrafindo
- Darmawan, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif.
- Dharmesta, S. Basu dan Tani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Edisi Pertama, BPFE.*
- Effendy, O. U. (1992). Spektrum komunikasi. Mandar Maju.
- Fearn-Banks, K. (1996). Crisis communication theory and ten businesses hit by news for making crises. *Global business trends*, 55-62.
- Ferrinadewi, E. (2007). Pengaruh *Threat emotion* Konsumen Dan Brand Trust Pada Proses keputusan pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1 (2), 1-8.
- Chen, C. Y., Lee, L., & Yap, A. J. (2017). *Control Deprivation Motivates Acquisition of Utilitarian Products*. 1-69.
- Ding, H. (2009). Rhetorics of alternative media in an emerging epidemic: SARS, censorship, and extra -institutional risk communication. *Technical Communication Quarterly*, 18(4), 327-350. <https://doi.org/10.1080/10572250903149548>
- Effendy, O. U. (2009). Komunikasi teori dan praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kriyantono, R. (2015). Public relations, issue & crisis management. Jakarta: Prenada Media.

- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). Analisis multivariate teknik dan aplikasi menggunakan program IBM SPSS 20.0. Bandung: Alfabeta.
- Leon, G. Schiffman dan Lazar L Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen.
- Liliweri, A., & Antarbudaya, D. D. K. (2009). Pustaka Pelajar Y. Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan. Yogyakarta.: Pustaka Pelajar, 78-85.
- Moh Abdul Mukhyi dan Iman Hadi Saputro. (1995). Pengantar Manajemen Umum. Jakarta. Gunadarma
- Mowen, J. C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen.
- Mulyana, D. (2000). Ilmu Komunikasi, Pengantar. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2 (2), 77-95.
- Novianti, R. (2014). Pengaruh *Threat emotion* Konsumen Dan Brand Trust Terhadap Proses keputusan pembelian Produk Gadget. *Jurnal Economia*, 10(2), 194–200.
<https://doi.org/10.21831/economia.v10i2.7545>
- Nurudin, N. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. RajaGrafindo Persada.
- Priyatno, D. (2008). Mandiri belajar SPSS. Yogyakarta: Mediakom.
- Robbins, S. P., & Timothy, A. (2008). Judge. Organizational behavior, 12th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, A. Terence. 2000. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 1. Alih bahasa : Revyani Sharial. Erlangga. Jakarta.
- Shou, B., Xiong, H., & Shen, Z. M. (2011). Consumer Panic Buying and Quota Policy under Supply Disruptions. *Working Paper, University*, 1–29.
- Singarimbun M dan Effendi S. (2008). Metode penelitian survei. Effendi S, editor. Jakarta (ID): LP3ES.
- Siregar, A., & Pasaribu, R. (2004). Bagaimana Mengelola Media Korporasi–Organisasi Cetakan V.

- Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sulaksana, U. (2007). Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

WEBSITE

- Alodokter. (2020). *Virus Corona*. <https://www.alodokter.com/virus-corona>
- BBC. (2020). *Virus corona: Panic buying terjadi di enam kota besar, “ini bukti tidak ada kebijakan yang solid di seluruh kementerian dan pemda.”*
<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51739946>
- Bobobox.co.id. (2020). *Mencegah Penularan Virus Corona dengan Sarung Tangan dan Masker*. <https://www.bobobox.co.id/blog/mencegah-penularan-virus-corona/>

Kumparan. (2020). *Di Balik Fenomena Panic Buying: Sejarah, Eksplanasi, dan Antipasi*.
<https://kumparan.com/kumparannews/di-balik-fenomena-panic-buying-sejarah-eksplanasi-dan-antisipasi-1t2kIEvWnz3>

Sumbar.antaraneews.com. (2020). *Media Harus Menjadi Sumber Informasi Terpercaya Di Tengah Wabah Virus Corona*. <https://sumbar.antaraneews.com/berita/341586/media-harus-menjadi-sumber-informasi-terpercaya-di-tengah-wabah-corona>

Wardhani, V. (2020). *Gejala Sosial Panic Buying, Ini Penyebab dan Cara Mengatasinya*.
<https://www.merdeka.com/jatim/gejala-sosial-panic-buying-apa-penyebabnya-dan-bagaimana-mengatasinya-klm.html>