

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023, November 24). Indonesia peringkat keempat pengguna YouTube terbanyak dunia. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Data tingkat penetrasi internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Astuti, G. A. P. R. (2023). Pengaruh pesan iklan YouTube "Adakami" sebagai aplikasi pinjaman online terhadap motivasi meminjam uang kalangan anak muda di Yogyakarta. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 8(1). <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/30325>
- Bion. (2023). Pengaruh terpaan iklan Kredivo versi hidup #Sefleksibelitu terhadap pengambilan keputusan dalam bertransaksi menggunakan Kredivo. *Brand Communication*, 2(4), 1–13. <https://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/234>
- Campaign Indonesia. (2024). GroupM: 75 persen total belanja iklan Indonesia dikuasai digital di 2025. <https://www.campaignindonesia.id/article/groupm-75-persen-total-belanja-iklan-indonesia-dikuasai-digital-di-2025/1899589>
- CNN Indonesia. (2022, November 15). Ratusan mahasiswa IPB jadi korban pinjol gegara ikut bisnis online. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221115122959-78-873907/ratusan-mahasiswa-ipb-jadi-korban-pinjol-gegara-ikut-bisnis-online>
- Detikcom. (2024). Banyak anak muda pakai pinjol demi nonton konser. *Detik Jabar*. <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7088999/banyak-anak-muda-pakai-pinjol-demi-nonton-konser>
- Egeham, L. (2023, September 5). Ngeri, 25 orang bunuh diri akibat terlilit utang pinjol sepanjang 2023. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/news/read/5485790/ngeri-25-orang-bunuh-diri-akibat-terlilit-utang-pinjol-sepanjang-2023>
- Fadhilah, F., & Saputra, G. G. (2021). *Pengaruh content marketing dan e-WOM pada media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian Generasi Z* [Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa]. EPrints Repository UNTIRTA. <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/6920>

- Fauzan, M. L., Nugrahani, R. U., Annisari, H., & Rochimah, I. N. (2025). Pengaruh daya tarik iklan dan kualitas pesan iklan terhadap efektivitas iklan pada aplikasi streaming Vidio. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, S., & Erdiansyah, R. (n.d.). Analisis pengaruh daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, dan selebriti endorser terhadap keputusan pembelian Uniqlo.
- Global Media Insight. (2025). *YouTube statistics 2025: Users by country and demographics*. <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>
- GoodStats. (2023). 58% Gen Z gunakan pinjaman online untuk gaya hidup dan hiburan. <https://data.goodstats.id/statistic/58-gen-z-gunakan-pinjaman-online-untuk-gaya-hidup-dan-hiburan-1EZ9q>
- Gunawan, F. A., & Dharmayanti, D. (2014). Analisis pengaruh iklan televisi dan endorser terhadap purchase intention Pond's Men dengan brand awareness sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.7498/aps.62.170507>
- Harjito, A., & Martono. (2012). *Manajemen keuangan* (Edisi ke-2). Ekonisia.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Metode penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. BPFE.
- Judijanto, L., & Wattiheluw, S. Y. (2024). Faktor psikologis yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam konteks loyalitas merek. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science*, 2(02), 77-82. <https://doi.org/10.58812/jpkws.v2i02.1310>
- Katadata. (2022, Januari 13). KIC: Mayoritas Gen Z dan Y akui pengeluaran bulanan lebih besar dari pendapatan. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/13/kic-mayoritas-gen-z-dan-y-akui-pengeluaran-bulanan-lebih-besar-dari-pendapatan>
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Prentice Hall.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat menggunakan e-wallet Dana di kalangan mahasiswa di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694-703.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1 dan 3). Rajawali.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 15). Erlangga.
- Lestari, P. (2024, Juni 11). Apa itu pinjol? Ini pengertiannya. *Kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2024/06/11/202715026/apa-itu-pinjol-ini-pengertiannya?page=all>
- Lien, N. (2001). Elaboration likelihood model in consumer research: A review. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 301-310.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Muhamad, N. (2023, September 5). Kelompok pelajar dan pekerja muda punya utang pinjol terbanyak pada Juli 2023. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/05/kelompok-pelajar-dan-pekerja-muda-punya-utang-pinjol-terbanyak-pada-juli-2023>
- Nomleni, K. E. J., & Timo, F. T. N. (2024). Pengaruh terpaan konten iklan layanan pinjaman online terhadap pembelian impulsif pada Gen Z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1). <https://doi.org/10.38043/jids.v8i1.4932>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Statistik LPBBTI Agustus 2025*.
<https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-LPBBTI-Agustus-2025.aspx>
- Paul, J., & Olson, J. C. (1999). *Consumer behavior dan strategi pemasaran* (Edisi 4). Erlangga.
- Pemelia, E. (2024). *Pengaruh terpaan berita kasus pinjaman online dan tingkat literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan pinjaman online* [Skripsi, Universitas Diponegoro]. EPrints2 UNDIP.
<https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/23733>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1996). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Westview Press.
- Populix. (n.d.). *Fintech lending and paylater*.
<https://info.populix.co/articles/report/fintech-lending-and-paylater>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Intrans.
- Puspitasari, N. C., Achsani, N. A., & Irawan, T. (2024). The impact of borrowing and lending account growth on the profitability of fintech lending companies. *Business Review and Case Studies*, 5(3), 478.
<https://doi.org/10.17358/brcs.5.3.478>

- Roscoe, J. T. (1982). *Research methods for business*. McGraw-Hill.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. Dalam J. G. Blumler & E. Katz (Ed.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (hlm. 269-286). Sage Publications.
- Sani, F. N. (2023). *Pengaruh terpaan iklan televisi dan daya tarik celebrity endorser dalam kampanye #RambutAkuKataAku terhadap keputusan pembelian shampo Dove* [Skripsi, Universitas Diponegoro]. EPrints2 UNDIP. <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8873>
- Saputra, R. H., Rambe, W. P., & Solihin, M. (2022). Pengaruh terpaan iklan YouTube Shopee terhadap minat beli mahasiswa ilmu komunikasi UNRIYO. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 58. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i1.63>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Shelley, L., & Masna, A. (2025). Pendapatan iklan YouTube di Asia Pasifik tumbuh 9% pada Q4 2024. *Campaign Indonesia*. <https://www.campaignindonesia.id/article/pendapatan-iklan-youtube-di-asia-pasifik-tumbuh-9-pada-q4-2024/1905446>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu* (Jilid 1, Edisi 5). Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto. (2004). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran* (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Verma, S., Gautam, R. K., Pandey, S., Mishra, A., & Shukla, S. (2017). Sampling typology and techniques. *IJSRD-International Journal for Scientific Research & Development*, 5. www.ijrsrd.com

- We Are Social. (2024, Januari). *Digital 2024: 5 billion social media users*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- We Are Social. (2025, November 11). *Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Widya Atidhira Hutabarat. (2016). *Pengaruh pesan iklan Line versi film Ada Apa Dengan Cinta mini drama terhadap penggunaan fitur Find Alumni di Kota Bandar Lampung* [Skripsi, Universitas Lampung].
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27. <https://doi.org/10.1037/h0025848>