

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Aaker A. David dan Myers G. John. 1987. *Advertising Management, Third Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Abidin, YZ. 2015. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Belch, G., & Belch, M. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communicatians Perspective* (6th ed.). New York: The McGraw-Hill.
- Bootwala, S., Lawrence, M. D., & Mali, S. R. 2007. *Advertising and Sales Promotion*. Pune: Nirali Prakashan.
- Bungin, Burhan. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Chaffey, Dave & Chadwick, Fiona Ellis. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Sixth Edition*. United Kingdom. Pearson.
- DeFleur, Melvin L dan Ball-Rokeach, Sandra. 1989. *Theories of Mass Communication, Edisi ke-5*. NewYork: Longman.
- Freberg, Karen. 2019. *Social Media for Strategic Communication*. United States of America: Sage.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasali, Renald. 2007. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Kreatama.
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Setiadi J. Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi* (5th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Sudjana. 1996. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan : Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung. : Nuansa.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukardi. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

### **Jurnal:**

- Adrian Reynald S.A, Muhammad dan Herieningsih, Sri Widowati. 2019. Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli Online Bukalapak. *Interaksi Online*, vol. 7, no. 4, pp. 105-112.
- Ayucandra, Rohedy dan Tandiyo Pradekso. 2019. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi, Instagram Series, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Memilih Partai Solidaritas Indonesia pada Pemilih Pemula. *Interaksi Online*, vol. 7, no. 4, pp. 305-316.
- Barnard, N., & Ehrenberg, A. 1997. Advertising: Strongly persuasive or nudging?. *Journal of Advertising Research*, 37(1), 21–31.
- Boone, Laura. 2020. Influencer Marketing. *Salem Press Encyclopedia*, 3p.

- Chaffey, Dave & Patron, Mark. 2012. From web analytics to digital marketing optimization: Increasing the commercial value of digital analytics. *Journal of Direct, Data, and Digital Marketing Practice*, vol. 14.
- Farasila, Iraisia dan Pradekso, Tandiyo. 2020. Hubungan Terpaan Iklan pada Akun Instagram @sociolla dan terpaan Online Customer Review pada Sociolla Connect dengan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla. *Interaksi Online*, vol. 8 no. 4, pp. 133-141.
- Gerrickagoitia et al. 2015. New Trends of Intelligent E-marketing Based on Web Mining for E-shops. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, volume 175.
- Nugrahini Tri K, Dwi dan Herieningsih, Sri Widowati. 2019. Pengaruh Terpaan Iklan Kosmetik Maybelline di Televisi dan Intensitas Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. *Interaksi Online*, vol. 7, no. 3, pp. 1-12.
- Okazaki, Shintaro dkk. 2010. Measuring Soft-sell Versus Hard-sell Advertising Appeals. *Journal of Advertising*, vol. 39 issue 2, p5-20. 16p.
- Szabo, Laszlo. 2020. Attitudes and Preference of Generation Z Towards YouTube Advertising Formats. *University of Twente* P.O. Box 217, 7500AE Enschede The Netherlands.
- Vangelov, Nikola. 2019. Efficient Communication through Influencer Marketing. *Styles of Communication*, vol. 11 issue 1, p72-83. 12p.
- Wahyu Nur R, Efrilia dan Pradekso, Tandiyo. 2018. Pengaruh terpaan Iklan Facebook, Terpaan Artikel Advertorial, terpaan Endorser di Instagram pada Kampanye #CerahkanDenganDove terhadap Keputusan Pembelian Dove Ultimate White Deodoran. *Interaksi Online*, vol. 6, no. 3, pp. 220-225.
- Xiao, Min. 2018. Factors Affecting YouTube Influencer Marketing Credibility: A Heuristic-systematic Model. *Journal of Media Studies*, vol. 15, issue 3.
2018. With or Without “#sponsored” in Influencer Marketing: How as Advertising Literacy Intervention Can Help Mitigate Advertising Effects. *Conference Papers – International Communication Association*.

## **Internet:**

<https://katadata.co.id>, diakses pada 19 Juli 2020

<https://www.kompasiana.com>, diakses pada 19 Juli 2020

<http://www.kemenperin.go.id>, diakses pada 19 Juli 2020

<https://serangid.id> , diakses pada 19 Juli 2020

<https://cewekbanget.grid.id> , diakses pada 19 Juli 2020

<https://www.industry.co.id>, diakses pada 19 Juli 2020

<https://www.YouTube.com/c/EminaCosmetics/>, diakses pada 20 Juli 2020

<https://republika.co.id>, diakses pada 20 Juli 2020

<https://www.instagram.com/explore/tags/eminabeautybestie/>, diakses pada 20 Juli 2020

[topbrand-award.com](http://topbrand-award.com), diakses pada 20 Juli 2020

<https://pressrelease.kontan.co.id>, diakses pada 21 Juli 2020

<https://databoks.katadata.co.id>, diakses pada 2 Desember 2020

<https://journal.sociolla.com>, diakses pada 2 Desember 2020

<https://www.digitalinformationworld.com/>, diakses pada 16 Januari 2021

[www.acodez.in](http://www.acodez.in), diakses pada 19 Januari 2021

[www.dipen.kemendag.go.id](http://www.dipen.kemendag.go.id), diakses pada 28 Januari 2021

[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com), diakses pada 25 Januari 2021

<https://www.wyzowl.com/>, diakses pada 25 Januari 2021

<https://www.wyzowl.com/>, diakses pada 25 Januari 2021

<https://www.businessinsider.com>, diakses pada 25 Januari 2021

[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com), diakses pada 26 Januari 2021

[www.forbes.com](http://www.forbes.com), diakses pada 27 Januari 2021

<https://www.visiture.com/blog/gen-z-marketing-how-to-secure-the-skeptical-consumer/>, diakses pada 27 Januari 2021

[www.visture.com](http://www.visture.com), diakses pada 27 Januari 2021

[www.locaria.com](http://www.locaria.com), diakses pada 27 Januari 2021

[www.marketingcraft.com](http://www.marketingcraft.com), diakses pada 27 Januari 2021

[www.sisco.com](http://www.sisco.com), diakses pada 27 Januari 2021

<https://www.brainlabsdigital.com/>, diakses pada 28 Januari 2021

<https://support.google.com/google-ads/answer/>, diakses pada 28 Januari 2021

<https://www.statista.com/>, diakses pada 29 Januari 2021