

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku & E-Book:

Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68.

Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta,cv

Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana

Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya  
Alfian; Chu, G. C., ed. 1981. *Satellite Television in Indonesia*, Honolulu, Hawaii: East-West Center

Armando, Ade. 2011. *Televisi Jakarta di Atas Indonesia: Kisah Kegagalan Sistem Televisi Berjaringan di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.

Rachmat Kriyantono. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. : Universitas Brawijaya Press. Finnah Fourqoniah, dkk. 2020.Buku Ajar Pengantar Periklanan. N.p.: Penerbit Lakeisha.

Ilhamsyah. 2021. *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. N.p., Penerbit Andi.

Vira Vanessa Priyanka Putri,dkk. 2020.*Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. N.p., Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).

Khomsahrial Romli. 2017. *Komunikasi Massa*. N.p., Gramedia Widiasarana Indonesia.

Morrissan. 2018. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Menglola Radio & Televisi Ed. Revisi*. N.p. Penada Media.

Lahyanto Nadie. 2019. *Media Massa Dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi Bagi Perusahaan Go Public*. N.p. Pustaka Kaji.

- Dendy Triadi & Addy Sukma Bharata. 2010. Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah. N.p., Elex Media Komputindo.
- Agus S. Madjadikara. 2004. Bagaimana Biro Iklan Memprod. Iklan. N.p., Gramedia Pustaka Utama.
- Rusman Latief & Yusiatie Utud. 2017. Siaran Televisi Non-Drama: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan. N.p., Kencana.
- Francois Vellas & Lionel Becerel. 2008. Pemasaran Pariwisata Internasional. N.p., Yayasan Obor Indonesia.
- Richie Indrajaya. 2008. Jangan Takut Mulai Bisnis. N.p., Niaga Swadaya.
- Freddy Rangkuti. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. N.p., PT Gramedia Pustaka Utama.
- Windu Mahmud. 2021. Bisnis Online SMK/MAK Kelas XII. N.p., Gramedia
- Widiasarana Indonesia. Adhi Prasetio, dkk. 2021. Konsep Dasar E-Commerce. N.p., Yayasan Kita Menulis.
- Romindo Romindo, dkk. 2019. E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. N.p., Yayasan Kita Menulis.
- Mohammad Aldrin & Sitti Nur Alam. 2020. E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital. N.p., Yayasan Kita Menulis.
- Rintho Rante Rerung. 2018. E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. N.p., Deepublish.
- Asti Musman. 2021. Sebuah Panduan Untuk Menjadi Diri Sendiri. N.p., Anak Hebat Indonesia.
- Zikri Fachrul Nurhadi. 2017. Teori Komunikasi Kontemporer. N.p., Prenada Media.
- Morissan. 2021. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi. N.p., Prenada Media.
- Widjajanti Mulyono Santoso. 2016. Ilmu sosial di Indonesia: perkembangan dan tantangan. Indonesia, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Masayu Rosyidah & Rafiq Fijra. 2021. Metode Penelitian. N.p., Deepublish.

- Muhammad Ramadhan .2021. Metode Penelitian. N.p., Cipta Media Nusantara.
- Sandu Siyoto & Muhammad Ali Sodik. 2015. DASAR METODOLOGI PENELITIAN. N.p., Literasi Media Publishing.
- Muslich Ansori. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. N.p., Airlangga University Press.
- Eddy Roflin, dkk. 2021. POPULASI, SAMPEL, VARIABEL DALAM PENELITIAN KEDOKTERAN. N.p., Penerbit NEM.
- Nana Widiawati. 2020. METODOLOGI PENELITIAN: Komunikasi dan Penyiaran Islam. N.p., EDU PUBLISHER.
- Suryani & Hendriyadi. 2016. Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. N.p., Prenada Media.
- Jufrizen. 2021. Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Etika Kerja Sebagai Variabel Moderating. N.p. UMSU Press.
- H. Djaali & Pudji Muljono. 2008. Pengukuran Dlm Bid Pendidikan. N.p., Grasindo.
- Hadion Wijoyo. 2021. Monograf Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Think Pair Share terhadap Minat Belajar Peserta Didik yang Beragama Buddha. N.p., Insan Cendekia Mandiri.
- Muhammad Nisfianoor. 2009. Pendekatan statistika Modern untuk Ilmu Sosial. N.p., Penerbit Salemba.
- Megasari Gusandra Saragih, dkk. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar – Dasar Memulai Penelitian. N.p., Yayasan Kita Menulis.
- Budi Darma. 2021. STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>). N.p., GUEPEDIA.
- Ade Ismayani. 2020. METODOLOGI PENELITIAN. N.p., Syiah Kuala University Press. Mukhtazar. 2020. Prosedur Penelitian Pendidikan. N.p., Absolute Media
- Ismail Nurdin & Sri Hartati. 2019. METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL. N.p.,

MEDIA SAHABAT CENDEKIA.

A.A. Gde Muninjaya. 2003. Langkah Langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah. N.p., Jakarta Buku Kedokteran Egc.

**Jurnal:**

Pratiwi Anggita Rambitan. (2018).

Pengaruh Iklan “Buka Lapak” Pada Situs Youtube Dan Gaya Hidup Di Era digital Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online “Bukalapak. Universitas Sanata Dharma.

Tirta Lestari. (2015).

Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Chrytin Maharani Simanjuntak.(2021).

PENGARUH IKLAN SHOPEE VERSI 3.3 FASHION SALE DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELANJA PRODUK MELALUI APLIKASI SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Internet:**

Badan Pusat Statistik.2020. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2020”[https:// xOGt6dm43ZEdoZz09/da\\_03/1](https://xOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1), diakses pada 21 Oktober 2021.

Loka Data Id. 2020. ”Belanja Iklan Televisi, 2013—2019”.  
<https://lokadata.id/data/belanja-iklan-televisi-2013-2019-1585902307>, diakses pada 21 Oktober 2021.

Nielsen.com. 2020. “Belanja Iklan 2019 Ditutup Dengan Tren Positif”.  
<https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/belanja-iklan-2019-ditutup-dengan-tren-positif/>, diakses pada 21 Oktober 2021.

Pakar Komunikasi. 2018. “Sejarah Televisi Di Indonesia Dan perkembangannya”.  
<http://pakarkomunikasi.com/sejarah-televisi-di-indonesia>, diakses pada 21 Oktober 2020

- Iprice.2021. “Peta *E-commerce* Indonesia”.  
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada 12 Desember 2021.
- Andrea Lidwina. 2021. “Pengguna *E-commerce* Indonesia Tertinggi Di Dunia”.<https://www.esaunggul.ac.id/berita/2021/12/01/pengguna-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia/>
- Andrea Lidwina. 2021. “Belanja *E-commerce*, Transaksi Paling Banyak Dilakukan Anak Muda”  
[.https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/02/belanja-di-e-commerce-transaksi-paling-banyak-dilakukan-anak-muda](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/02/belanja-di-e-commerce-transaksi-paling-banyak-dilakukan-anak-muda), diakses pada 23 Oktober 2021.
- Datareportal. 2021. “Digital 2021 : Indonesia”.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, diakses pada 24 Oktober 2021.
- Ellavie Ichlasa Amalia. 2016. “Remaja Jauh Lebih Suka Youtube Ketimbang TV”.  
<https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/gNQ6Qyab-remaja-jauh-lebih-suka-youtube-ketimbang-tv>, diakses 24 Oktober 2021.
- Andi Dwi Riyanto. 2021. “Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2021”. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, diakses pada 25 Oktober 2021.
- Cindy Mutia Annur. 2021. “Ada 91 Juta Pengguna Instagram Di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa”.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>, diakses pada 25 Oktober 2021.
- Monavia Ayu Rizaty.2021. “Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?”.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>, diakses pada 12 Desember 2021.
- Bambang Winarso. 2015. “Apa Itu Instagram? ,Fitur dan Cara Menggunakannya”.<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada tanggal 14 Desember 2020
- Coca-Cola Company. 2021. “Sprite Clear Bottle, Perubahan Besar Untuk Lingkungan Dengan Rasa Lemon Lime Segar Yang Buat Konsumen Setia”. <https://www.cocacola.co.id/cerita/sprite-clear-bottle-perubahan-besar-untuk-lingkungan-dengan-rasa-lemon-lime-segar>, diakses pada 14 Desember 2021.
- Tim Wowkeren. 2019. “Capai Mil;iaran Rupiah, Shopee jadi sektor E-

commerce Paling Tinggi Belanja Iklan Di TV”.  
<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00288963.html>, diakses pada tanggal 14 desember 2021.

Estu Maranto. 2020. “Kuartal III, Shopee Berhasil Ungguli Pemain E-commerce Lain”.<https://www.marketeers.com/kuartal-iii-shopee-berhasil-ungguli-pemain-e-commerce-lain/>, diakses pada 14 Desember 2021.

KBBI Daring.2016. “Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring”.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>,diakses pada 14 Desember 2021.