

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., and Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada* : Jakarta.
- Abdullah, Thamrin., Francis, Tantri. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. Lukiati, Komala, Siti Karlinah. (2009). *Komunikasi Massa*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Armando. Raihan. (2021). *Analisis Isi Pesan Pada Video Review Konten Otomotif di Kanal YouTube Otodriver*.
- Arsyad, azhar (2016). [media pembelajaran jakarta: raja grafindo persada](#)
- Berita Satu (2020). Retrieved (November 25, 2021), APJII: Pengguna Internet di Indonesia capai 196,7 Juta, from Berita satu.com website: <https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Bittner. (2016). John R. *Mass communication, an Introduction. Prentice-Hall*.
- Cangara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Engle, J.F., Blackwell, R.D. dan Miniard, P.W. (2011), *Consumer Behavior*, 9<sup>th</sup> ed., India: Cengage Learning India Pvt, Ltd.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. BP  
Universitas Diponegoro.



Hak Cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Herriansyah, Fifit. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Pengguna Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4228>

Herdono. Ismojo & ningtyas. Wahyu. (2019). *Pengaruh Terpaan Tayangan YouTube “Londokampung” Terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan Pada Subscribers di Surabaya* <https://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/31>

Herwandito. Seto. (2018). *Pengaruh Pendidikan Orang Tua, Perangkat, biaya dan Tempat Terhadap Tingkat Penggunaan Media Baru Anak-anak SMA/SMK dalam Menggunakan Internet dan Media Baru di SMA/SMK Sekitar Salatiga*. [file:///C:/Users/Vincent/Downloads/2066-Article%20Text-6562-5-10-20190206%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vincent/Downloads/2066-Article%20Text-6562-5-10-20190206%20(1).pdf)

Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Maulana. Jacky. (2021). *Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan sikap sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Islam Kalimantan*. <file:///C:/Users/Vincent/Downloads/4814-11567-1-SM.pdf>

Muhammad Naufal Sudirman, (2018). *Pengaruh Online Review YouTube terhadap minat beli mobil Toyota Rush 2018 dengan dimediasi sikan konsumen*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Mulyasih, Rahmi. (2013) *Dependency Media Pada Masyarakat Indonesia*  
[file:///C:/Users/Vincent/Downloads/273-Article%20Text-776-1-10-20170925%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vincent/Downloads/273-Article%20Text-776-1-10-20170925%20(1).pdf)

Otodriver (2015) Retrieved (2022, February 12), Tentang Kami, from Otodriver.com  
website: <https://otodriver.com/management/aboutus>

Permana, Indra. (2017). *Pengaruh Tayangan Media Sosial YouTube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di Sekolah SMA INDONESIA RAYA BANDUNG.*

Prasetyo, Bambang dan Lina, M. Jannah. (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif. Teori dan Aplikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Purwarahardja, Jovita. (2021). *Pengaruh Motif Penggunaan Instagram Wisata Kabupaten Bogor Terhadap Minat Wisata Siswa SMA di Kecamatan Cibinong.*

Putra, Asaas dan Diah Ayu Patmaningrum. (2018). *PENGARUH YOUTUBE DI SMARTPHONE TERHADAP PERKEMBANGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANAK.*

Rachmat, Kriyantono (2007), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group

Rafiq, Mohd. *Dependency Theory.* (2012). <http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/199/1/135-408-1-PB.pdf>

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rahman. Abdul, (2021), skripsi: *PENGARUH KONTEN REVIEW SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A72 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT*.

Regina. (2017), skripsi: *Pengaruh Daya Tarik Seksual Iklan Produk L-Men di Televisi Terhadap Minat Beli Anggota Fit Me Studio Bogor*.

Sanjaya, Karin & Ayu, Diah. (2021). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Non Star Seller*  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/10216/7946>

Santoso, Singgih. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Sari, Selvia Winata (2021). “*Pengaruh Motif dan Penggunaan Channel Youtube Kuliner Terhadap Kepuasan dan Pengetahuan Memasak di Kalangan Komunitas Pemuda GBI Sunter*”

Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta. PT Media Komputindo.

Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.

Sendjaja, Sasa Djuarsa (2002). *Pengantar Komunikasi*. Jakarta. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.



Sulistiyari, Ikanita, N. (2012), Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame, Jurnal Of Management. Vol 1, No.1.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

[Tekno Kompas \(2021\). Retrieved \(Desember 20, 2021\), Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan untuk menonton YouTube, from \[kompas.com.website:https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube\]\(https://kompas.com.website:https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube\)](https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube)

Wahyuni. Arum & Ayuning, Asmi. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser.* <file:///C:/Users/Vincent/Downloads/2480-Article%20Text-6933-1-10-20200626.pdf>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.