

DAFTAR PUSTAKA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(1) Buku Teks

- Ayesha, Ivonne, I. Wayan Adi Pratama, et al (2022). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. Padang: Get Press
- Belch, George E., & Michael A. Belch. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 11th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*, Jawa Timur: Qiara Media.
- Hendrayani, Eka, et al (2021). *Manajemen Pemasaran: Dasar&Konsep*. Media Sains Indonesia.
- Nainggolan, Triapnita, Nana, et al (2021). *Komunikasi Organisasi: Teori-Inovasi-Etika-Riset*, Yayasan Kita Menulis.
- Nugraha, Putri, Jefri, et al (2021). *Teori Perilaku Konsumen*, Pekalongan: NEM.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai gejala komunikasi, komunikasi sebagai strategi pemasaran. Cet.1* Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi menembus hati pelanggan*, Jakarta: FEB-UP Press.

(2) Artikel

- Ahdiat, Adi (2023), *Media Digital Kuasai Pasar Iklan Global pada 2022*. Retrieved 15, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/04/media-digital-kuasai-pasar-iklan-global-pada-2022>



- Debora, Yantina (2017), *Ke mana Mengalirnya Uang Para Milenial*. Retrieved 23, 2023, from <https://amp.tirto.id/ke-mana-mengalirnya-uang-para-milenial-cv76>
- Goodstats. (2022), *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. Retrieved 15,2022, from https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1?hl=en_US
- Indonesia, Media (2022), *Orang Indonesia Belanjakan Uang 54% Lebih Banyak untuk Pesan-Antar Makanan*. Retrieved 15,2022, from <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/538183/orang-indonesia-belanjakan-uang-54-lebih-banyak-untuk-pesan-antar-makanan>
- Jeo (2022). *Menilik Gaya Gen Z Berbelanja*. Retrieved 15, 2022, from <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/pendapatan-fb-dan-ritel-merosot-akibat-covid-19>
- Liliyah, Arie (2020), *Pendapatan F&B dan Ritel Merosot Akibat Covid-19*. Retrieved 23, 2023, from <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/pendapatan-fb-dan-ritel-merosot-akibat-covid-19>

(3) Skripsi/tesis/disertasi

- Aisafitri, L. dan Kiayati Yusriah. (2020). *Sindrom Fear Of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Universitas Gunadarma*.
- Hecklau, F ., Galeitzke, M., Flachs, S., & kohl, H. (2016). *Holistic approach for hummanresource management in industry 4.0. Procedia CIRP*.
- Kabalmay, D. A. Y. (2017). *Café Addict: Gaya Hidup Remaja Perkotaan. Jurnal Universitas Airlangga*.
- Lubis, A. R. N. (2021). *E-Library Era Industri Digital 4.0. Jurnal Pari Kementerian Kelautan Dan Perikanan*.
- Sawitri, D. (2019). *Revolusi Industri 4.0: Big Data Menjawab Tantangan Revolusi Industri 4.0. Jurnal Ilmiah Maksitek Airlangga*
- Sriyanto, P. Y., Desi Nur Fatimah. (2021). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Online Gwetnic Jogja (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Online Gwetnic Melalui Whatsapp dan Instagram). Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Respati Yogyakarta*.

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.