

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Azzwar, (2000). *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kennedy, John. E. R. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Margono. (2000). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Martin, R., & Creeber. G. (2009). *Digital Cultures Understanding New Media*. New York: Open University Press.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purwanto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Riyeke, Ustadiyanto & Silvia, Ratna A. (2002). *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Romli, Asep. S. (2018). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuasa Cendikia, 2018.
- Sabri, M. Alisuf. (2010). *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Siyoto, S & Sodik. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.

Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Winardi. (2010). *Asas-Asas Manajemen*. Jakarta: PT Rineke Cipta.

Yuantari, C & Handayani, S. (2017). *Biostatistik Deskriptif & Inferensial*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dian Nuswantoro.

Jurnal Online

Azhari, Zemi. (2014). *Jurnal Ilmu Komunikasi. Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Dalam Iklan Sampoerna Versi "Orang Pemimpi" di Televisi*. 2 (3).

Belch, G. E. (2003). *Advertising and Promotion (6th ed.)*. The McGraw.

Google. 2015. Youtube Advertising Format. Diperoleh pada tanggal 16 Maret 2019 dari Google Support: <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=en>

Indonesia Customers Profile, 2017, MARS Indonesia.

Nabila, S & Achyar. A. (2019). *Jurnal Manajemen dan Bisnis. Analysis of Factors Affecting User's Attitude Toward The Youtube Ads And Their Effects On Purchase Intention*. 17 (2).

Seminari, N. Wicaksono. M. (2016). *Jurnal Manajemen. Pengaruh iklan dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*. 5 (8).

Siu, E. 2014. *Looking For New Ways To Reach Customers? Try YouTube Advertising*. Diperoleh pada tanggal 16 Maret 2020 dari: <http://www.forbes.com/sites/theyec/2014/05/08/looking-for-new-ways-to-reach-customers-try-youtube-advertising/>

Tjahjadi, Kartika, J. (2020). *Jurnal Manajemen Bisnis. Customer's Perception Of Compulsory-View Advertising On Youtube And Its Effect On Their Purchasing Behavior*. 1 (7).

Ulfauziah, Rizki Regina. (2014). *Sejarah Berdirinya Youtube*. Ilmuti.org.

Skripsi

Muthia, Riva. 2016. *Analisis Makna Cantik Dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik Pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi “See The Real Me” Di Televisi)*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Putri, Rafdina. Eka. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Pond’s Versi “Men” Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas 10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi*. Bekasi: Universitas Bhayangkara.

