

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024). *Ini Persaingan Kunjungan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/ini-persaingan-kunjungan-5-e-commerce-terbesar-di-indonesia-sepanjang-2023>
- APJII. (2023). *Survei Penetrasi & Perilaku Internet*. 4.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Ed. Rev. V)*. Rineka Cipta.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. PWS-Kent Publishing Company.
- Belch, George E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion*. In *Advanced Social Media Marketing*. https://doi.org/10.1007/978-1-4302-4408-0_4
- Best, R. J. (2013). *Market-based management : strategies for growing customer value and profitability. (6th ed.)*. Pearson.
- Bestari, N. P. (2023). *Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru!* CNBC Indonesia.
- Cannon, & Perreault, & M. (2009). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security*. Syngress.
- Durianto, D., Sugiarto, A. W., & Hendrawan, S. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*. PT Gramedia pustaka utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fatimah, S., & Nosita, F. (2020). Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis Epic Model Pada Media Sosial Youtube. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 39–54. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i1.1252>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, E. (2019). *Efektivitas Iklan Goyang Shopee di Televisi Menggunakan Model EPIC (Studi Pada Mahasiswawi Kos Di Kelurahan Kampung Baru, Bandarlampung)*. [http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/55854%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/55854/3/Skripsi Tanpa BAB Pembahasan.pdf](http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/55854%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/55854/3/Skripsi%20Tanpa%20BAB%20Pembahasan.pdf)
- Hatta, H., & Khairunnisa, S. (2020). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap

- Minat Beli Pelanggan Bukalapak. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i1.1993>
- Hesti, S., Thasimmim, S. N., & Rimayanti, W. (2021). Efektivitas Iklan Traveloka Televisi Konvensional Pada Konsumen di Era Digital. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 57–65. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i1.4417>
- Hidayat, D. N. (2002). *Makalah Kuliah Metode Penelitian Komunikasi*.
- Izza. (2023). *YouTube Advertising: Pengertian, Jenis, Cara Menggunakan, dan Strateginya*. Bigevo.
- Kasus-Kasus COD Viral, Dari Disiram Air Sampai Diancam Samurai*. (2021). Okezone.Com.
- Layrensius, G., Lesmana, F., & Tjahyana, L. J. (2022). Efektivitas Iklan Shopee COD Di Youtube Pada Pengguna Shopee Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 1–8.
- Lucas, Darrell Blaine and Britt, S. H. (1950). *Advertising Psychology and Research*. McGraw-Hill.
- Muljadi, V., Priyowidodo, G., & ... (2022). Efektivitas Iklan Shopee Indonesia dalam Akun Instagram@ shopee_id Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13212%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/13212/11472>
- Nurchayadi, G. (2021). Riset : 74,5 % Konsumen Lebih Banyak Berbelanja Online Darpada Offline. *Media Indonesia*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Prisiela, J. D., Luik, J. E., & Tjahjo, J. D. W. (2021). Efektivitas Iklan Shopee Edisi ‘Main Shopee Tanam, Menang THR 10 Milyar’ di YouTube pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11481>
- Rahajeng, H. (2021). Efektivitas iklan di media sosial (Studi tentang efektivitas iklan ramayana #kerenlahirbatin di youtube dalam mempengaruhi keputusan pembelian). 78. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/197646>
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur efektifitas program promosi & analisis kasus menggunakan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Suyoto, Sandi & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi

Media Publishing.

- Swawikanti, K. (2022). *Iklan: Pengertian, Struktur, Ciri, Jenis & Contohnya*. Ruang Guru. <https://www.ruangguru.com/blog/pengertian-teks-iklan-dan-contohnya>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Trianasari, S. (2023). *10 Istilah di YouTube, Pahami Dunia Konten Digital dengan Lebih Baik! Calon YouTuber Sukses Harus Tahu Ini*. Konteks.Co.Id.
- Trimannah, Mulyadi, U., & Lita, A. (2022). Pengaruh Tingkat Efektivitas Iklan Youtube Pantene “ Miracles Hair ” Terhadap Minat Beli Pada Masyarakat Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 208–219.
- Tuckwell, K. (2008). *Integrated Marketing Communication: Strategic Planning Perspective*. Pearson.
- Umami, Z. (2015). Social strategy pada media sosial untuk promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 195–201.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. PT. Rajawali.
- Widjaya, A. T. (1993). *Ensiklopedia Administrasi*. CV Haji Masagung.
- Zailani, A. (2022). Hubungan Efektivitas Iklan Televisi Dan Citra Merek Kopi “White Coffee” Pada Minat Beli Masyarakat Desa Kalisoro Kecamatan Tawangmangu Karanganyar. *Jurnal Economina*, 1(2), 248–263. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.30>