

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal & Skripsi:

- Andranita, M. (2008). Perbedaan Fokus Karir antara Pekerja Dewasa Muda yang Mengalami Pindah Kerja dan Tidak Pindah Kerja di Jakarta. *Universitas Indonesia*.
- Astungkara, R. (2017). Pengaruh Tayangan "Unboxing Video" terhadap Opini Mahasiswa atas Produk Smartphone Xiaomi. *Universitas Gadjah Mada*.
- ASTUNGKARA, R., & r. Muhamad Sulhan, S. M. (2017). Pengaruh Tayangan "Unboxing Video" terhadap Opini Mahasiswa atas Produk Smartphone Xiaomi. *Universitas Gadjah Mada*.
- Aurellia, G. (2021). Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan E-Word of Mouth #ShopeeHaul di TikTok terhadap Perilaku Impluse Buying. *Universitas Dipenogoro*.
- Ahmad, N., Gabriella, P., & Zalica, S. (2021). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE APPLE YANG DILAKUKAN OLEH ORANG YANG TINGGAL DI JABODETABEK. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 255.
- Choirunissyah, N. (2019). *Penerapan Content Creator Pada Produk Kuliner Dalam Membangun Customer Engagement (Studi Pada Content Creator Paradista Coffee Malang)* . Jakarta: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Chou. (2012). Online Reviews and Pre-Purchase Cognitive Dissonance : A Theoretical Framework and Research Propositions. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 199 - 204.
- Daulay, N. (2020). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- David, E. R. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi . *Universitas Sam Ratulangi*.
- Dijk, V. (2013). *The culture of connectivity:A critical History Of Social Media* . UK: Oxford University Press.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *STIE Bank*.
- Firmansyah, D. M. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). *Deepublish Publisher*.
- Filieri. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*.
- Haryani, D. S. (2019). *PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP. STIE PEMBANGUNAN TANJUNG PINANG*.
- Hubeis, M., Kartika, L., & Dhewi., R. M. (2012). Komunikasi Profesional : Perangkat Pengembangan Diri. *IPB PRESS*.

- Jefri, P. (2018). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA VIDEO REVIEW YOUTUBER TERHADAP MINAT BELI GADGET ILEGAL (STUDI PADA VIDEO YOUTUBE “GONTAGANTIHAP HD” TERHADAP PRODUK “XIAOMI MI NOTE 3” DALAM KOMUNITAS “MI FANS JAKARTA”). *Universitas Bakrie*.
- Mo, Z, Li, Y, & Fan, P. (2015). . Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*.
- Magdalena, N. (2013). MODEL STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE: Penentu Perilaku Pembelian Konsumen Secara Situasional. *Universitas Kristen Maranata*.
- Prasetyani, I. R. (2012). Analisis. Faktor– Faktor. Yang. Mempengaruhi. Perilaku. Konsumen. Netizen. Terhadap Minat. Beli. *Universitas Diponegoro*.
- Renaldy, B. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Safitri, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO ALASKA SWALAYAN. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Sentosa, A. G. (2020). *ETNOGRAFI VISUAL VIDEO UNBOXING PADA KANAL YOUTUBE BOIM LENNO*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Supratman. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH DIGITAL NATIVE. *Telkom University Indonesia*.
- Suryanto, B. A. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGHINDARAN TERHADAP ONLINE BEHAVIORAL ADVERTISING DI INSTAGRAM*.
- Wilson, A. (2015). YouTube in the Classroom. *University of Toronto*.
- Wulandari, M. (2020). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Shopee Di Jombang). *STIE PGRI Dewantara*.

Media Online/Internet:

- Blade, S. (2022). *Social Blade*. Diambil kembali dari socialblade.com: <https://socialblade.com/youtube/c/gadgetin/monthly>
- Dudovskiy, J. (2021, February 23). *Apple Segmentation, Targeting and Positioning*. Diambil kembali dari Research-Methodology.Net: <https://research-methodology.net/apple-segmentation-targeting-and-positioning/>
- Annur, C. M. (2022, Januari 24). *Apple Rebut Posisi Teratas Pangsa Pasar Smartphone Global di Kuartal IV 2021*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/24/apple-rebut-posisi-teratas-pangsa-pasar-smartphone-global-di-kuartal-iv-2021>
- Arlin, E. (2019, Februari 27). *Mengulas Youtube Channel "GadgetIn"*. Diambil kembali dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/esterarlin22/5c76497abde5753347678dd2/reviews-channel-youtube-gadgetin>

- Astarina, S. (2022). *7 Kemampuan yang Diperlukan Agar Bisa Mempengaruhi Orang Lain*. Diambil kembali dari Koinworks: <https://koinworks.com/blog/mempengaruhi-orang-lain/>
- Amira, D. (2022, Februari 2). *Arti Unboxing Adalah Membuka Kemasan, Beserta Manfaatnya*. Retrieved from Kapanlagi.com: <https://plus.kapanlagi.com/arti-unboxing-adalah-membuka-kemasan-beserta-manfaatnya-17f347.html>
- Fanani, F. (2021, Mei 16). *7 Hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli smartphone*. *Liputan 6*.
- I.R, J. (2017, October 21). *66,5 Persen Orang Dewasa Pakai Smartphone pada 2018*.
- iMarketology. (2020). *Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Pemasaran Digital*. *marketingcraft*.
- Indonesia Millennial Report 2019. (2019). *IDN Research Institute*.
- Kirana, G. C. (2021, Juni 28). *Mengenal Strategi Bisnis "Unboxing" dan Potensinya di Masa Depan*. (Kompas.com, Pewawancara)
- Lidwina, A. (2021, Februari 17). *94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>
- Pratnyawan, A. (2020, Februari 13). *Channel YouTube Gadget No 1 di Indonesia, Berapa Penghasilan GadgetIn?* Retrieved from HiTekno.com: <https://www.hitekno.com/internet/2020/02/13/163000/channel-youtube-gadget-no-1-di-indonesia-berapa-penghasilan-gadgetin>
- Rafiq, A. (2020, November 15). *Rahasia Dibalik Kesuksesan David GadgetIn*. Retrieved from IDN Globe: <https://www.idnglobe.com/posts/single-post/Rahasia%20Dibalik%20Kesuksesan%20David%20GadgetIn>
- Ramdhani, G. (2021, Juli 22). *Top 5 Merek Smartphone Terlaris di Dunia, Siapa Nomor 1?* Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4613111/top-5-merek-smartphone-terlaris-di-dunia-siapa-nomor-1>
- Rifka, I. (2021, Desember). *7 Tahun Jadi YouTuber, Berapa Kisaran Penghasilan David GadgetIn Kini?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/12/17/193847926/7-tahun-jadi-youtuber-berapa-kisaran-penghasilan-david-gadgetin-kini?page=all>
- Safitri, K. (2021). *Mengenal Strategi Bisnis "Unboxing" dan Potensinya di Masa Depan*. *Kompas*.
- Sebayang, R. (2019, Juni 26). *Tak Cuma iPhone, Ini Dia 3 Inovasi Terbaik dari Apple*. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190626145551-37-80814/tak-cuma-iphone-ini-dia-3-inovasi-terbaik-dari-apple>
- Yanwardhana, E. (2021, November 13). *iPhone 13 Diburu Warga +62, Pre-order di iBox Sempat Disetop!* Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211113133139-37-291277/iphone-13-diburu-warga--62-pre-order-di-ibox-semat-disetop>
- Harmandini, F. (2018). *Video Unboxing Tak Selamanya Berdampak Buruk, Ini Manfaatnya*. *Womantalk*.
- Stephanie, K. (n.d.). *Terapkan 5 Strategi Ini Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Akan Bisnis Anda*. Retrieved from Koinworks.

SMCom3, T. (2022, Januari 14). David Gadgetin, Youtuber yang Selalu Review Gadget Baru, Ini Profilnya. *Gadget*.

Sebayang, R. (2019, Juni 26). *Tak Cuma iPhone, Ini Dia 3 Inovasi Terbaik dari Apple*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190626145551-37-80814/tak-cuma-iphone-ini-dia-3-inovasi-terbaik-dari-apple>

Buku:

Blech, G. E. (2006). *The American Association of Advertising Agency*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta : Andi Offset.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Creswell, J. W. (2014). Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. *Pustaka Pelajar*.

Faisal, S. (2007). Format-Format penelitian Sosial., *Raja Grafindo Persada*.

Flanagin, A., & Metzger, M. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of webbased information. *New Media Society*.

Hamid, U. (2014). *Dinamo : Digital Nation Movement*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen. *Universitas Dipenogoro*.

Firadus. (2009). Akuntansi Biaya. Edisi 2. *Salemba 4*.

Hurlock, E. (2012). *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang*. Jakarta: Erlangga.

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *The Challenges and Opportunities Of Social Media*.

Kotler, & Kartajaya. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia.

Kotler, P. (2012). Marketing Management 14th. *Prentice Hall*.

Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.

Miguens, J. (2008). Social media and Tourism Destinations:. *Aviero Portugal*.

Papalia, D. E., & Sally Wendkos, R. D. (2015). *Human Development. Terjemahan: Brian Marwensdy*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Pavlou, & Gaffen. (2014). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi pemasaran : strategi & taktik dilengkapi analisis SOSTAC & STOP SIT*. Ghalia Indonesia.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. *PT. Fajar Interpratama Mandiri*.
- Suryanto, B. A. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGHINDARAN TERHADAP ONLINE BEHAVIORAL ADVERTISING DI INSTAGRAM*.
- Susanto, A. (2011). Perkembangan Anak Usia Dini. *Kencana*.
- Vermeulen, & Seegers. (2008). Tried and tested: the impact of online hotel reviews on consumer. *Tourism Management*, 123-127.

