

DAFTAR PUSTAKA

ARTIKEL JURNAL

- Abdullah, F., & Intizar, R. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Penerimaan Brand Chocolicious. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 41-42.
- Abdullah, F., & Intizar, R. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Penerimaan Brand Chocolicious. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 42.
- Adil Dimas Andrian, J. E. (2021). Motif Masyarakat Indonesia Menggunakan Aplikasi TikTok Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal E-Komunikasi*, 2.
- Adil Dimas Andrian, J. E. (2021). Motif Masyarakat Indonesia Menggunakan Aplikasi TikTok Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal E-Komunikasi*, 3.
- Deviyanthi, N. W. (2017). Representasi Gaya Hidup Remaja Pada Vlog Awkarin Berjudul Tahun Baruan di Bali Bersama Anya Geraldine. *E-Jurnal Medium*, 3.
- Hadi, S. (2016). Hubungan Antara Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme di Pondok Pesantren. *Institutional Repository Unissula*, 11-15.
- Hermawan, D. (2018). Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif : Peran Personal Branding Dalam Media Sosial. *UNPAR Institutional Repository*, 4.
- Juwita, D. (2019). Persepsi Orang Tua Pada Anak Pengguna Media Sosial Tiktok di Cidades. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 1.
- Lois, D. D. (2021). Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. *Journal Untar*, 330.
- Maulnya, M., & Setyabudi, D. (2018). Pengaruh Intensitas Mmenonton Story Promosi Endorsment Tokopedia Di Instagram dan Tingkat Popularitas Endorses Terhadap Minat Beli Kkonsumen di Tokopedia. *E-Journal Undip*, 4.
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic). *Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*.
- Muslim. (2015). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 78-79.
- Mutiara, S. (2021). Pengaruh Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Sayurbox Terhadap Tingkat Minat Beli Produk. *Universitas Multimedia Nusantara Knowledge Center*, 19.
- Valiant, V. (2021). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pengelolaan Konten TikTok pada Akun @iben_ma). *Repository Fikom UPI Y.A.I*, 2.
- Weksi, B. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 128-129.
- Yusti Amelia Sundawa, W. T. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat Universitas Islam Bandung*, 439.

BUKU

- Dr. Fenti Hikmawati, M. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Edi Suryadi M.Si, D. D. (2019). *Metodologi Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Edi Suryadi, D. D. (2019). *Metode penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Edi Suryadi, D. D. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Edi Suryadi, D. D. (2019). Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif. In D. D. Edi Suryadi, *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif* (pp. 183). Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Edi Suryadi, D. D. (2019). Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif. In D. D. Edi Suryadi, *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif* (pp. 187-188). Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Ir. Syofian Siregar, M. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS. In M. Ir. Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS* (p. 23). Kencana.

Ir. Syofian Siregar, M. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS. In M. Ir. Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS* (p. 126). Kencana.

Siregar, I. S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS. In I. S. Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS* (pp. 251-252). Kencana.

Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan mudah Dipahami). In V. W. Sujarweni, *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan mudah Dipahami)* (p. 75). Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Widodo, D. (2017). Metodologi Penelitian Populer & Praktis. In D. Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (pp. 66-67). PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Widodo, D. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Widodo, D. (2017). Metodologi Penelitian Populer dan Praktis . In D. Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis* (p. 58). PT. Raja Grafindo Persada.

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

Aurelia, J. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Monomolly (Survei Followers Instagram @monomolly.id). *Universitas Multimedia Nusantara*, 14 - 18.

Chandra, L. (2021). Pengaruh Kredibilitas Content Creator Youtube UUS Terhadap Minat Beli Vibe Indonesia. *Universitas Multimedia Nusantara Knowledge Center*, 13.

Claudia Wijaya, P. S. (2021). Pengaruh Efektivitas Konten Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Dear Me Beauty. *Universitas Multimedia Nusantara Knowledge Center*, 24-25.

Fahmi, D. M. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 15.

Fahmi, D. M. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 15 - 16.

Farisha, N. (2019). Pengaruh intensitas menonton postingan instastory selebgram terhadap perilaku konsumtif followers aktif (Studi kasus pada akun @joviadhiguna). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 19-21.

- Farisha, N. (2019). Pengaruh intensitas Menonton Postingan Instastory Selebgram Terhadap Perilaku Konsumtif Followers Aktif (Studi Kasus Pada Akun Instagram @joviadhiguna). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 25-26.
- Faruqi, M. A. (2021). Integrated Marketing Communication Album Romansa Ke Masa Depan (Studi Kasus Mengenai Perilisan Album oleh Bumi Entertainment). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 14.
- Faruqi, M. A. (2021). Integrated Marketing Communication Album Romansa Ke Masa Depan (Studi Kasus Mengenai Perilisan Album oleh Bumi Entertainment). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 18 - 19.
- Faruqi, M. A. (2021). Integrated Marketing Communication Album Romansa Ke Masa Depan (Studi Kasus Mengenai Perilisan Album oleh Bumi Entertainment). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 14-15.
- Faruqi, M. A. (2021). Integrated Marketing Communication Album Romansa Ke Masa Depan (Studi Kasus Mengenai Perilisan Album oleh Bumi Entertainment). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 15.
- Hardianti, R. (2017). Motivasi Konsumsi Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Generasi Millennial (Penelaahan Teori Uses And Gratification Pada Portal Berita Idntimes.Com Terhadap Pembaca Idntimes.Com Di Facebook Fanpage). *UMN Knowledge Center*, 16-22.
- Hazisah, D. S. (2017). Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1 Makassar. *Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin*, 27.
- Hidayati, N. (2018). Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak. *Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 19.
- Jovinkho, A. R. (2022). Hubungan Antara Intensitas Menonton TikTok dengan Tingkat Agresivitas Pada Remaja Awal (Studi Korelasi pada Siswa-Siswi SMA Pangudi Luhur Sedayu). *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 33.
- Khasanah, I. N. (2020). Hubungan Intensitas Mengakses Konten Islam di Media Sosial Dengan Akhlak Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Surakarta Tahun Akademik 2020/2021. *Ilmu Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 14-15.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Marline, S. (2018). Penggunaan Fitur Instagram Story Terhadap Tingkat Pengungkapan Diri Pengguna Aktif Instagram. *MPK Ilmu Komunikasi UPJ*, 29.
- Nazla, S. (2019). Pengaruh Terpaan Video “Sea Turtle With Straw Up Its Nostril” Terhadap Dukungan Sosial Generasi Z Pada Kampanye #Nostrawmovement. *Ilmu Komunikasi UPJ*, 12.
- Nazla, S. (2019). Pengaruh Terpaan Video “Sea Turtle With Straw Up Its Nostril” Terhadap Dukungan Sosial Generasi Z Pada Kampanye #Nostrawmovement. *Ilmu Komunikasi UPJ*, 13-14.
- Nurdin, M. F. (2021). Pengaruh Video Review Skincare Di TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Remaja (Studi korelasi pada akun TikTok Abel Soebono). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 3.
- Pardamean, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V15 di Televisi terhadap Minat Beli Konsumen : Survei pada penyuka Vivo Indonesia di Grup Line. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 20 - 21.

- Pardamean, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V15 di Televisi terhadap Minat Beli Konsumen : Survei pada penyuka Vivo Indonesia di Grup Line. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 21.
- Pradnya Larasati, P. K. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in This Digital Age). *SANDI: Seminar Nasional Desain. Vol. 1, 2*.
- Prasetyo, K. R. (2021). Pengaruh E-Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Zalora. *Universitas Multimedia Nusantara Knowledge Center*, 22-25.
- Prayogo, F. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media TikTok Terhadap Penyebaran Informasi Berita COVID-19 (Studi Kasus Perilaku Remaja Desa Tanjungnom Kabupaten Purworejo). *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 110.
- Putra, A. W. (2019). Pemaknaan Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konten Media Sosial (Analisis Resepsi Remaja Dalam Konten Youtube Channel Yoshiolo "Berapa harga outfit lo?"). *Ilmu Komunikasi UPJ*, 31-33.
- Rianto, D. S. (2018). Pengaruh Branding CGV Cinemas Terhadap Minat Beli Konsumen. *Ilmu Komunikasi UPJ*, 15.
- Soraya, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi korelasional kuantitatif tentang pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Sumatera Utara). 35.
- Soraya, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi korelasional kuantitatif tentang pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Sumatera Utara). 36.
- Soraya, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi korelasional kuantitatif tentang pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Sumatera Utara). *Repositori Institusi USU*, 19-20.
- Soraya, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi korelasional kuantitatif tentang pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Sumatera Utara). *Repositori Institusi USU*, 32.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa*, 10-11.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa*, 36.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa*, 13-15.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa*, 36.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Online Mahasiswa*, 16.
- Zania, V. (2021). Pengaruh Promosi "11.11 Wonder Sale" Sociolla Terhadap Keputusan Pembelian Makeup di Era Pandemi (Survei Pada Followers Instagram Sociolla). *Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 20 - 21.

