

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. F., Amaliasari, D., & Satriani, I. (2018). Tingkat Kepercayaan Khalayak terhadap Pemberitaan di Media Massa di Kota Bogor (Pengembangan Media Literasi Pada Khalayak). *Jurnal KMP (Jurnal Komunikasi Pembangunan)*, 16(2), 266-273.
- Anggit Setiani Dayana. (2019). Mengenal Resso, Aplikasi Saingan Spotify & Apple Musik. Diakses 10 Juni 2020. Dari <https://tirto.id/mengenal-resso-aplikasi-saingan-spotify-apple-music-enDY>
- Ansori, M., Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Bahrudin, E., Hamdi, A. S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: ANDI
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa
- Dinar Surya Oktarini. (2019). ByteDance, Perusahaan Induk TikTok Dikabarkan Tengah Kembangkan *Smartphone*. Diakses 16 Juni 2020. Dari <https://www.suara.com/teknologi/2019/05/29/061500/bytedance-perusahaan-induk-tiktok-dikabarkan-tengah-kembangkan-smartphone>
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram@ infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13-24.
- Febriani, N. S., Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media
- Firmansyah. A. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media
- Google Play. Resso Music-Listen To Your Favorite Songs & Radio. Diakses 17 Juni 2020. Dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moonvideo.android.resso&hl=en>

Institut Bisnis Nusantara. About Us. Diakses 15 Juni 2020. Dari

<https://www.ibn.ac.id/about-us/>

Juni 2020. Dari <http://youtube.com/watch?v=3neCMT1mhPU>

Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1002-1014.

Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: UB Press

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedai Group

Kumparan. (2020). Fitur Unik 'Resso', Aplikasi Streaming Musik dari Pencipta TikTok. Diakses 12 Juni 2020. Dari <https://kumparan.com/berita-teknofitur-unik-resso-aplikasi-streaming-musik-dari-pencipta-tiktok-1t0kC1BIB9W>

Kurniawan, R., Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*. Jakarta: Kencana

Lestari, D. (2018). Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam Dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah. *JOM FISIP*, 5(2), 3-4

Mahyuddin, (2019). *Sosiologi Komunikasi Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas*. Makassar: Shofia-CV. Loe

Morrisan, (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group

Morrisan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana

Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1(10), 77-78

Nofrion, (2016). *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana

Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish

Nurtjahjani, F., Trivena, S. M. (2018). *Public Relations Citra & Praktek*. Malang: Polinema Press

- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27-48.
- Pambayun, E (2013). *One Stop Qualitative Research Methodology Communication*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Prasetyo, B. D. dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press
- Resso Indonesia. (2020) *Welcome To Resso, A New Music Experience*. Diakses 18
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di era Masyarakat Industry 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish
- Rusdin, F. R., Gafar, A., & Mursalim, M. (2017). Media Sosial dan Pola Perilaku Komunikasi Siswa SMA Negeri 1 Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 34-48.
- Rustan, A. S., Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). Pengaruh media sosial Instagram dan Whatsapp terhadap pembentukan budaya “alone together”. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103-114.
- Setyawan, F. E. B. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian Statistika Praktis*. Taman Sidoarjo: Zifatama Jawa
- Shinta, A. (2011) *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Simon Kemp. (2020). Digital 2020: Indonesia. Diakses 20 Februari 2020. Dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Siswanti, E., & Lestari, S. P. (2019). Hubungan Frekuensi Menonton Tayangan Budaya Korea (K-Pop) Dan Pengimitasian Sikap Pada Pelajar Di SMP Eka Sakti Banyumanik Semarang Tahun 2019. *Jurnal Egaliter*, 3(5), 95-97
- Siyoto, S., Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhandang, K. (2016). *Periklanan Manajemen, Kiat, dan Strategi Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit Nuansa
- Triyono, A., & Riyantini, K. (2016). Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Sekretariat DPRD Kota Singkawang. *Informasi*, 46(2), 223-240.
- Unaradjan, D. D. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
- Wahyuni, H. I. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana

