

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha Liany, Ananda Putri L, Deby Aulia H, Yusrina Rizkia F, D. (2016). Social Media Deviation. In *Social Media Deviation* (36). Malang: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Adha Liany, Ananda Putri L, Deby Aulia H, Yusrina Rizkia F, D. (2016). Social Media Deviation. In *Social Media Deviation* (84). Malang: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Adha Liany, Ananda Putri L, Deby Aulia H, Yusrina Rizkia F, D. (2016). Social Media Deviation. In *Social Media Deviation*. Malang: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Adha Liany, Ananda Putri L, Deby Aulia H, Yusrina Rizkia F, D. *Social Media Deviation*. Malang: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Anjasmara, R. (2020). Intisari Optimasi Youtube SEO. In *Intisari Optimasi Youtube SEO*. Magelang: Amara Veriska Media.
- CNNIndonesia. (2018). *Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif*. 19/04/2018. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Food and Beverage Cues Featured in YouTube Videos of Social Media Influencers Popular With Children: An Exploratory Study. *Frontiers in Psychology*, 10(September), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02142>
- Databoks. (2019). *Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?* 8/2/2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Jurnal Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479>
- Deliarnov. (2007). Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi. In *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

- Delliana, A. S., & Wook, A. M. W. (2020). *Bigo Live: Ethical Degradation in Communication (A Critical Study of Communication in a Computer-Mediated Communication Perspective)*. 439(Ticash 2019), 83–88. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.015>
- Devi, S., Aisyiah, P., Dewi, R., Sos, S., & Kom, M. M. (2019). ( *Survei terhadap penonton channel Youtube Ria Sw* ). 02(02), 74–77. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/31195/28330>
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(1), 50–65. <https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggul>
- Harjawati, T. (2018). *Di Sentra Industri Berbasis Ekonomi Kreatif ( Studi Kasus Industri Kuliner Kota Tangerang Selatan )*. 5(1), 64–77. <http://www.journal.uinjkt.ac.id/index.php/SOSIO-FITK/article/view/9646/pdf>
- Influencer. (2020). *Dasbor YouTube Stats & Analytics*. 2020-05-07. <https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCepgnl-TtJ8DurHdC6EE22w>
- Jahja, Y. (2011). Psikolog Perkembangan. In *Psikolog Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Jubilee Enterprise. (2018). *Kitab Youtuber*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kindarto, A. (2008). *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram. *Internet Research*, 29(4), 659–687. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0459>
- Manuntung, A. (2018). Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi. In *Terapi*

- Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi*. Malang: Wineka Media.
- McQuail. (2012). Teori Komunikasi Massa. In *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta Salemba Humanika.
- Muslich Anshori & Sri Iswati. (2009). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: UNAIR.
- Nielsen. (2020). *KONSUMEN DIGITAL MENUNJUKKAN PERTUMBUHAN TREN POSITIF*. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/>
- Nugroho, J. & S. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nurhada, E. (2012). Youtube Cara Mudah Menjadi Populer dengan Internet. In *Youtube Cara Mudah Menjadi Populer dengan Internet*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Oktarina, Y. & Abdullah, Y. (2017). Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik. In *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Poerwandari, E. K. (2005). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi. In *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi UI.
- Prasetyo, C. B., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Vlog Sebagai Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen yang Menonton Video YouTube Channel "FARIS KOTA MALANG" pada Kuliner Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 62(1), 118–126*. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2656/3049>
- Romli, M. S. (2016). Komunikasi Massa. In *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta cv.
- Ricky Rachmanto. (2013). Belajar Nge-Blog a'la JKT48. In *Belajar Nge-Blog a'la JKT48*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ridwan Sanjaya. (2010). Meningkatkan Omzet Penjualan melalui Blog. In *Meningkatkan Omzet Penjualan melalui Blog*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Romli, K. (2016). Komunikasi Massa. In *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rustan A.S. & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schmittauer, A. (2018). Vlog Like a Boss. In *Vlog Like a Boss*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Solimun, A. A. F. &. (2016). Pemodelan Statistika pada Analisis Reliabilitas dan Survival. In *Pemodelan Statistika pada Analisis Reliabilitas dan Survival*. Malang: UB Press.
- Sulianta, F. (2014). Trik Rahasia Mendapat 1000.000 Hits di Google. In *Trik Rahasia Mendapat 1000.000 Hits di Google*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suryani dan Hendryadi. (2015). Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam. In *Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- ValidNews.id. (2018). *Platform Media Sosial Paling Aktif Di Indonesia*. 24 OCTOBER 2018. <https://www.validnews.id/Infografis-Platform-Media-Sosial-Paling-Aktif-Di-Indonesia-3w>
- Wahyuni, H. I. (2013). Kebijakan Media Baru di Indonesia. In *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Widjono Hs. (2007). Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi. In *Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Yosepha Pusparisa. (2019). *Transaksi E-Commerce Indonesia Terbesar di Asia Tenggara*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/nilai-transaksi-digital-perdagangan-elektronik-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara#>

