

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Azizah, K. N., & Sudrajat, R. H. (2018). Pengaruh Iklan Web Series Sore (Istri Masa Depan) Terhadap Sikap Audiens Pada Merek Tropicana Slim Stevia dikalangan Pengguna Internet Kota Jakarta. *eProceedings of Management*, 5(1), 1-7.
- Burhanudin, R. (2017). Pengaruh Iklan Traveloka Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi di Indonesia). *eProceedings of Management*, 4(2), 1-8.
- Busen, S. M. S., Mustaffa, C. S., & Bahtiar, M. (2016). Impacts of online banner advertisement on consumers' purchase intention: A theoretical framework. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, 3(1), 1-8.
- Detik Health. (2019). *Serang Usia Muda, Ini Gula yang Baik untuk Antisipasi Diabetes*. Diakses 18 November 2019. Dari: <https://m.detik.com/health/berita-detikhealth/d-4762110/serang-usia-muda-ini-gula-yang-baik-untuk-antisipasi-diabetes>
- Endra, F. B. S. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Eriyanti, A. D., Gelgel, N. M. R. A., & Pradipta, A. D. (2018). Hubungan Terpaan Iklan Web Series “Sore” Dengan Niat Beli Tropicana Slim Stevia Pada Masyarakat Denpasar. *Jurnal OJS Unud*, 1(2), 1-9.
- Febriani, N. S., Dewi, W. W. A. (2019) *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Sleman: CV Budi Utama.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: Umsu Press.
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Hasil Utama Riskesdas 2018*. Diakses 10 Maret. Dari: www.kesmas.kemkes.go.id
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group.

- Lestari, D. & Rummyeni. (2018). Pengaruh Akun Instagram @Hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam Dan Fashion Hijab. *JOM FISIP*, 5(2), 1-18.
- Lestari, T. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2015) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Pramanda, A. K., & Nurfebiaraning, S. (2018). Pengaruh Iklan Web Series Sore: Istri Dari Masa Depan Terhadap Brand Image Tropicana Slim. *eProceedings of Management*, 5(1), 1-8.
- Prasetyo, B.D, *et al.* (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB press.
- Priana, J. R., & Suwandi, S. (2020). Pengaruh Iklan “Introduction: Jo & Jek” Di Youtube Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Perusahaan GO-JEK). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 1-13.
- Saputra, R., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung). *JOM FISIP*, 5(1), 1-19.
- Schiffman, L. G., & Joseph, W. (2015). *Consumer Behaviour*. Global Edition. USA: Pearson.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Askara.

- Siyoto, S., Kes, M., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Suara.com. (2019). *Komunitas Sobat Diabet Ajak Kaum Muda Peduli Diabetes*. Diakses 18 November 2019. Dari: <https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2019/05/11/101741/komunitas-sobat-diabet-ajak-kaum-muda-peduli-diabetes>
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Top Brand Award. (2019). *Survei Top Brand Index*. Diakses 18 November 2019. Dari: <http://www.topbrand-award.com>
- Tropicana Slim. (2019). *Sejarah Tropicana Slim*. Diakses 18 November 2019. Dari: <https://www.tropicanaslim.com/>
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Usman, B. H. (2019). *Pengaruh Pesan Web Series Sore Terhadap Minat Beli Tropicana Slim Pada Mahasiswa Komunikasi Umm Angkatan 2018*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- We Are Social. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. Diakses 7 Maret 2020. Dari: <https://wearesocial.com/digital-2020>

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Ni'mah Nabilah
NIM : 2016102344
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 02 Juni 1998
Alamat : Jl. Patriot Dalam II No.109 Jakasampurna Bekasi Barat
No. Telepon : 085959790830
E-mail : Nimanabila07@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- A. SDN Jakasampurna II Bekasi Barat (2004 – 2010)
- B. SMPN 12 Bekasi Selatan (2010 – 2013)
- C. SMAI PB. Soedirman 1 Bekasi Selatan (2013 – 2016)
- D. Kalbis Institute (2016 – Sekarang)

RIWAYAT PEKERJAAN

- A. Internship di Toolbar Digital, sebagai Digital Media Planner - 2019