

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ilham, P. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, F. (1995). *Periklanan* (3rd ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2011). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Morrisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Indonesia: Penerbit Kencana.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (XIV). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2013). *Cyber Media* (1st ed.). Yogyakarta: CV. Idea Sejahtera.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Budaya dan Socioteknologi*. Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sugiarto. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suryani dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.

Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Liberty.

Taniredja, T. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yogyakarta: Banyumedia Publishing.

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

SKRIPSI

Dewi, Yaasmiin Larasati. 2019. *Pengaruh Iklan Web Series Space# “Kenapa Belum Nikah?” terhadap Brand Awareness JD. ID*. Bandung: Telkom University.

Herdanu, M Refky. 2017. *Pengaruh Iklan Televisi terhadap Minat Beli pada Produk Susu Anlene PT Fonterra Brand (Studi di Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Lampung.

Lesmana, Adi Seno. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan, dan Reputasi terhadap Minat Beli Handphone pada Situs Layanan Iklan Bari Online (Studi pada Tokobagus.com)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Pratiwi, Diah Fitri. 2016. *Strategi Kreatif Web Series Jalan – Jalan Mendalam Mengemas Konten Budaya Indonesia*. Serang: Universitas Sultan Agung Tirtayasa.

Rambitan, Pratiwi Anggita. 2018. *Pengaruh Iklan “BukaLapak” pada Situs Youtube dan Gaya Hidup di Era Digital terhadap Minat Beli di Toko Online “BukaLapak” (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

JURNAL NASIONAL

Eriyanti, Andiana Dwi dan Ni Made Ras Amanda Gelgel. 2018. *Hubungan Terpaan Web Series “Sore” dengan Niat Beli Tropicana Slim Stevia pada Masyarakat Denpasar*. Denpasar: Universitas Udayana.

Kusnaeni, Nuri Luluk. 2017. *Pengaruh Iklan terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”)*. Malang: Universitas Brawijaya.

Narita, Triani dan Ama Suyanto. 2019. *Analisa Efektivitas Iklan Web Series dengan Menggunakan Epic Model*. Bandung: Jurnal Mitra Manajemen.

Rahmadani, Vina Devita Anjas. 2018. *Pengaruh Iklan Soyjoy Web Series “Ini Perjalananku” di Youtube terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

JURNAL INTERNASIONAL

Duffet, Rodney. 2019. *Effect of YouTube Marketing Communication on Converting Brand Liking into Preference among Millennials Regarding Brands in General and Sustainable Offers in Particular. Evidence from South Africa and Romania*. South Africa: Cape Peninsula University of Technology.

Hettiarachchi. 2018. *The Influence of Social Commerce on Consumer Decisions*. Sri Lanka: University of Moratuwa.

Khatib, Fahed. 2016. *The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region*. Saudi Arabia: Marketing Ibn Rushd College for management Sciences Kingdom of Saudi Arabia

INTERNET

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> (Akses: 14 September 2019)

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180725181551-33-25379/mini-series-jadi-tren-iklan-di-youtube> (Akses: 17 September 2019)

<https://www.youtube.com/user/smartfrenworld> (Akses: 29 Agustus 2019)

<https://m.smartfren.com/id/overview> (Akses: 20 Januari 2020)