

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abror, Abd. Rachman. (1993). *Psikologi Pendidikan (Cet. 4)*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Azwar, S. (2002). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Belch, G.E & Belch, M.A (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. Boston: McGraw Hill-Irwin.
- Bungin, Burhan. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (ed. 2)*. Depok: PrenadaMedia Group.
- Cangara, Hafied. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Duncan, T. (2002) *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York : McGraw Hill
- Fill, C. (1999) *Marketing Communications: Contexts, Contents, and Strategies*. Herthfordshire : Prentice Hall
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (ed. 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa (Cetakan Ke-3)*. Bandung: Rosda.
- Kinncar, Thomas C, dan Taylor, James R. (2003). *Riset Pemasaran (Terjemahan oleh Thamrin)*. Edisi Tiga. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Asmtrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. (Terj) Damos Shihombing*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-12)*. Jakarta : PT. Indeks

- Kotler, Phillip. (2008). *Management Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Morrisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada
- Pamungkas, Indra N.A. (2016). *IMC"0"logy*. Yogyakarta : Deepublish
- Pamungkas, Indra N.A. dan Martha Tri Lestari. (2016). *Marketing Communication in Cybermedia Era*. Yogyakarta : Deepublish
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo : WADE Group
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar. Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiadi, J. Nugroho (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta. Rineka Cipta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung : Refika Aditama.
- Suharsimi, Arikunto. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suyanto, M. (2003). *E – commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi.

- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. (Cetakan Ke-13). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Terence A. Shimp. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jilid I edisi Kelima). Jakarta: Erlangga
- Terence A. Shimp. (2007). *Integrated Marketing Communication in Advertising*. Ohio : Thomson South Western
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Umar Husein. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka

## **JURNAL**

- Agusman (2017). Gerai Info “Jelang 100 Persen Elektronifikasi Jalan Tol”. Bank Indonesia. Edisi 65. Hal 7 (PBI)
- Azka, Nabila Zahrah (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka. Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan, Bandung
- Azzahro, Diana Fatimah. (2017). Pengaruh Kredibilitas Merek (*Brand Credibility*) dan Prestise Merek (*Brand Prestige*) Terhadap Niat Menggunakan Konsumen Pada Produk Fashion RIAMIRANDA.
- Blackshaw, P. (2008). *The six drivers of brand credibility*. Marketing Management.
- Brahim, Salem Ben. (2016). *The Impact of Online Advertising on Tunisian Consumers' Purchase Intention*. Journal of Marketing Research & Case Studies
- Budiati, dkk. (2018). Profil Generasi Milenial. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik.
- Cooper, J. R. M., Walker, J., Marks, J., & McNair, M. (2011). Using YouTube to bridge. The gap between Baby Boomers and Millennials. Journal of Nursing Education.
- Erdem, Tülin & Joffre Swait. (1998). Brand Equity as a Signaling Phenomenon. Journal of Consumer Psychology.
- Erdem, Tülin & Joffre Swait. (2004). Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice. Journal of Consumer Research, Inc.

- Fadhilah, Ahmad. (2016). Analisis Minat Belajar dan Bakat Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa. *Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*. Vol 1 No. 2 (114)
- Fleck, Bethany K.B, Lisa M. Beckman, Jillian L. Sterns & Heather D. Hussey. (2014). YouTube in the Classroom : Helpful Tips and Student Perceptions. *The Journal of Effective Teaching*. 14 (3), 22.
- Herbig, P., & Milewicz, J. (1995). To be or not to be... credible that is a model of reputation and credibility among competing firms. *Marketing Intelligence & Planning*
- Isnaini, Santi. (2010). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. Departemen Komunikasi, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya
- Jeng, Shih-Ping. (2016). The influences of airline brand credibility on consumer purchase intentions. *Journal of Air Transport Management*
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kiaf, Fariz Taheria. (2016). Brand Credibility and Brand Prestige on Influencing Purchase a Mobile Brand.
- Krejcie, Robert V & Daryle W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*.
- Ling, K.C., Piew, H.T., Chai, T.L. (2010). The Determinants of Consumer's Attitude Towards Advertising. *Canadian Social Science*.
- Lusi Suwandari, (2008). "Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto". Purwokerto : STMIK Amikom. *Jurnal Pro Bisnis*. Vol. 1.
- MacKenzie, S. B., & Lutz, R. J. (1989). An Empirical Examination of the Structural Antecedents of Attitude towards the ad in an Advertising Pretesting Context. *Journal of Marketing*, 48-65.
- Nasution, Muhammad fakhru dan Hanifa yasin. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Menggunakan Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *JURNAL MANAJEMEN & BISNIS*. 14 (2), 135.
- Roberts, John H. & Glen L. Urban. (1988). Modeling Multiattribute Utility, Risk, and Menggunakan Dynamics for New Consumer Durable Brand Choice. *Management Science*, Vol. 34, No. 2

Rodgers, Shelly. (2013). The Effects of Sponsor Relevance on Consumer Reactions to Internet Sponsorship. *Journal of Advertising*.

Shakeel, Ayesha. (2014). The Role of Brand Credibility on Purchase Intention on Fast Food Sector in Pakistan.

Sukamto, Shella Meilita Agatha, dan Tri Indra Wijaksana. (2017). Iklan Melalui Youtube dan Minat Menggunakan Produk. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*.

Sukmawati, Andriastika dan Joko Suyono. (2005). Analisis Pengaruh Karakteristik Bintang Idola Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Menggunakan Konsumen Sebuah Merek Multivitamin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret). *Fokus Manajerial. Universitas Sebelas Maret :Surakarta*. 3 (1), 23.

Sweeney, Jill & Joffre Swait. (2008). The effects of brand credibility on customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Service*.

Vilčeková, Lucia. (2016). Advertising Credibility Across Different Media Channels. *International Conference on Education and Social Sciences*.

Widyana, Rd. Nita & Udung Noor Rosyad. (2016). Pengaruh Iklan “Beng-Beng” terhadap Minat Menggunakan Konsumen. *Prosiding Manajemen Komunikasi*

## **SKRIPSI**

Ansori, Mikhsan. (2015). *Panduan Analisis Manual Penelitian Kuantitatif*. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Muhammadiyah Ngawi : Ngawi

Christian, Yonas. (2014). The Impact of Each Dimension in Brand Credibility and Brand Origin On Consumer Purchase Intention (A Case Study On Blackberry Smartphone). *Fakultas Bisnis, President University : Cikarang*

Nasution, Muhammad Sukri Helmi. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Konsumen Pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. *Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian : Riau*

Ramadanti, Maulia. Pengaruh Iklan Go-Pay di Televisi Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Nontunai Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung Strata 1 Angkatan 2015. (2019). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung : Bandar Lampung*.

- Riyanto, M. (2008). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek. Tesis Magister Manajemen, Universitas Diponegoro : Semarang.
- Rusmin. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang : Malang
- Satria, Eko. (2019). Pengaruh Iklan Shopee Versi 9.9 Super Shopping Day di Youtube Terhadap Minat Belanja Melalui Aplikasi Shopee di Kalangan Mahasiswa Pascasarjana Universitas Prof. Dr. Moestopo (beragama). Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (beragama) : Jakarta
- Setyadharma, Adryan. (2010). Uji Asumsi Klasik Dengan SPSS 16.0. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang : Semarang
- Sufa, Faela. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di Sekitar UNDIP Tembalang, Semarang). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro : Semarang
- Verstraten, Romy. (2015). The effect of advertising credibility: could it change consumers' attitude and purchase intentions?. Erasmus School of Economics : Rotterdam
- Wijaya, Joshua Rico. (2018). Pengaruh Kredibilitas Merek Teh Botol Sosro Terhadap Minat Menggunakan Konsumen Di Kota Tangerang Selatan. Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara : Jakarta
- Witjaksono, Rusmala. (2015). Pengaruh Kredibilitas Merek, Kualitas Yang Dirasa dan Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Menggunakan Shampo Pantene di Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas : Surabaya.

## **INTERNET**

- Ariyanti, Fiki. (2018). Mengenal DANA, Dompot Digital dengan Tingkat Keamanan Sekelas Perbankan. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3559895/mengenal-dana-dompot-digital-dengan-tingkat-keamanan-sekelas-perbankan>, diakses pada 12 September 2019

- Dana Indonesia. (2019). Musim Untuk Berubah. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=n0ZqqMSVh5w>, diakses pada 12 September 2019
- Dana. (2019). Bisnis dan Partner. Retrieved from <https://dana.id/bisnis>, diakses pada 12 September 2019
- Dana. (2019). Karir. Retrieved from <https://dana.id/karir>, diakses pada 12 September 2019
- Dana. (2019). Product dan Fitur. Retrieved from <https://dana.id/product>, diakses pada 12 September 2019
- Dwiantika, Nina dan Sanny Cicilia. (2016). BI akan terbitkan aturan main e-wallet. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-akan-terbitkan-aturan-main-e-wallet>, diakses pada 12 September 2019
- Dwijayanto, Andi & Tendi. (2019). Pengguna Dompot Digital DANA Sudah Tembus Lebih dari 15 Juta Orang. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-dompot-digital-dana-sudah-tembus-lebih-dari-15-juta-orang>, diakses pada 14 September 2019
- Garnesia, Irma. (2018). Sana-sini Ngaku Milenial, Bagaimana Peta Milenial Indonesia?. Retrieved from <https://tirto.id/sana-sini-ngaku-milenial-bagaimana-peta-milenial-indonesia-cX5W>, diakses pada 14 September 2019
- Haryanto, Agus Tri. (2018). 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>, diakses pada 12 September 2019
- Kemp, Simon. (2019). Digital 2019: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>, diakses pada 12 September 2019
- Klinton, Bill & Oik Yusuf. (2018). Apa Kelebihan dana Dibanding Aplikasi Dompot Digital Lain?. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/12/06/11560017/apa-kelebihan-dana-dibanding-aplikasi-dompot-digital-lain-?page=all>, diakses pada 14 September 2019
- Namira, Izza. (2019). E-Money dan E-Wallet, Pilih Mana? Memudahkan Kamu Belanja Saat Ramadan. Retrieved from <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/emoney-atau-ewallet>, diakses pada 26 Oktober 2019

- Riyanto, Andi Dwi. (2019). Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesiandigital-report-2019/>, diakses pada 12 September 2019
- Roy. (2019). Daftar 10 Dompok Digital Terpopuler di RI, Siapa Jawaranya?. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190815104730-3792151/daftar-10-dompok-digital-terpopuler-di-ri-siapa-jawaranya>, diakses pada 14 September 2019
- Walfajri, Maizal dan Tendi. (2019). Jumlah Pengguna DANA Bertambah Menjadi 30 Juta User. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pengguna-dana-bertambah-menjadi-30-juta-user>, diakses pada 7 April 2020
- Youtube Creators. (2019). How Ads Work on Youtube. Retrieved from <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/ad-types>, diakses pada 10 September 2019
- Yuniar, Angga. (2019). Hasil Survei Dompok Digital Paling Banyak Digunakan Generasi Milenial. Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/hasil-survei-dompok-digital-paling-banyak-digunakan-generasi-milenial.html>, diakses pada 10 Oktober 2019