

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (8th edition)*. New York: McGraw-Hill
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenadna Media Group
- Hikmawati, Fenti. 2017. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Indrawan dan Yaniawati. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1-12/E*. Jakarta: PT Indeks
- Moriarty, Sandra dkk. 2009. *Advertising, Principles & Practice*. New Jearsey: Pearson
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina M. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Riduwan. 2009. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga
- Silalahi, Ulber. (2018). *Metodelogi analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi
- Widarjono, Agus. 2015. *Statistika Terapan Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Skripsi:

- Arifanty, Aulia. 2019. *Pengaruh Iklan Web Series Toyota “Mengakhiri Cinta Dalam Tiga Episode” Terhadap Respon Khalayak*. Universitas Telkom Bandung.
- Irfani, Alifya. 2018. *Pengaruh Iklan TV Tokopedia Versi “Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia” Terhadap Respon Khalayak*. Universitas Telkom Bandung.
- Nurfitriyana, Annisa. 2018. *Pengaruh Iklan Webseries “Samsung: Move On Trip!” Terhadap Respon Khalayak*. Universitas Telkom Bandung.
- Olivia, Jennifer. 2019. *Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik Terhadap Respon Afektif Khalayak*. Universitas Telkom Bandung.
- Utami, Dessy Nurul. 2018. *Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak*. Universitas Telkom Bandung.

Jurnal:

- Alfajri, Iqbal., Irfansyah.,& Isdianto, Budi. (2014). *Analisis Web Series Dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Web Series “Malam Minggu Miko Episode Nissa”)*. Institut Teknologi Bandung
- Astuti, B., Yeni, S. (2007). *Hubungan Kekuatan Iklan Frestea Green di Televisi Terhadap Respon Konsumen Berdasarkan Model Hierarki Efek*. Universitas Islam Indonesia.
- Devi, Sarda. (2019). *Respon Khalayak Terhadap Konten Video Youtube Food Vlogger Ria SW*. Universitas Negeri Surabaya.
- Fenny, A., Rahayu, A. P., Agustiningrum, H. (2017). *Hierarki Efek Model Pada Tayangan Iklan Youtube*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.
- William, Dan. (2012). *Web TV Series: How To Make and Market Them*. Croydon, UK

Sumber Internet:

Edgerton, Katherine. (2013, Juni). Byte-Sized TV: Writing The Web Series. Diakses dari <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/81078> (Pada tanggal 21 Oktober 2019 pukul 17.19 WIB).

Handayani, Dina Nur. (2015, Desember 5). Televisi Masih Menjadi Bagian Alat Promosi Efektif. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/> (Pada tanggal 10 Oktober 2019 pukul 12.16 WIB).

Hasibuan, Lynda. (2018, Juli 25). Mini Series Jadi Trend Iklan di Youtube. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180725181551-33-25379/mini-series-jadi-tren-iklan-di-youtube> (Pada tanggal 21 Oktober 2019 pukul 17.35 WIB).

Hertanto, Eko. (2017, September). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. Academia. [Online], halaman 2, Diakses dari <https://www.academia.edu/34548201> (Pada tanggal 29 Januari 2020 pukul 18.30 WIB).

Internetmarketing.co.id. (2014, Desember 9). 5 Keuntungan Menggunakan Online Advertising. Diakses dari <http://internetmarketing.co.id/> (Pada tanggal 21 Oktober 2019 pukul 15.30 WIB).

Kubbu.net. (2019, Februari 20). “Yakin Nikah?”, Kenali Dulu Pasanganmu Sebelum Menikah. Diakses dari <https://kubbu.net/yakin-nikah-kenali-dulu-pasanganmu-sebelum-menikah/> (Pada tanggal 22 Oktober 2019 pukul 17.03 WIB).

Praditya, Diaz. (2018, Mei 18). 3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan Youtube di Indonesia. Diakses dari <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia> (Pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 15.28 WIB).

Shukairy, Ayat. (2019). The State Of Online Video Advertising Statistics And Trends. Diakses dari <https://www.invespro.com/blog/online-video-advertising/> (Pada tanggal 19 Oktober 2019 pukul 14.47 WIB).

- Websindo.com. (2019, Maret 7). Indonesia Digital 2019: Media Sosial. Diakses dari <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> (Pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 13.59 WIB).
- Youtube.com. (2020, Januari 31). Home Youtube JBL Indonesia. Diakses dari https://www.youtube.com/channel/UCQLNHvX2cIK9_60hhPUtkTQ (Pukul 09.45 WIB).
- Youtube.com. (2020, Januari 31). Video Youtube JBL Indonesia. Diakses dari https://www.youtube.com/channel/UCQLNHvX2cIK9_60hhPUtkTQ/videos (Pukul 16.06 WIB).
- Youtube.com. (2019, November 26). Video Youtube Simbadda Indonesia. Diakses dari <https://www.youtube.com/channel/UCCvBPpb8jwYciO9AUDdJwOg/videos> (Pukul 18.37 WIB).
- Youtube.com. (2019, November 26). Video Youtube Logitech. Diakses dari <https://www.youtube.com/user/logitech/videos> (Pukul 18.42 WIB).
- Youtube.com. (2019, November 26). Home Youtube GMC Elektronik. Diakses dari <https://www.youtube.com/channel/UCPoA2d0KEhG1pdxgxAZ-DUg> (Pukul 18.50 WIB).
- Youtube.com. (2019, November 26). Home Youtube Remax Indonesia. Diakses dari <https://www.youtube.com/channel/UCM4ysFOP0vCozZMnBFGnCbQ> (Pukul 18.59 WIB).