

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Mulachela, K. R. (2020). Analisis Perkembangan Industri Game di Indonesia Melalui Pendekatan Rantai Nilai Global (Global Value Chain). *IJGD: Indonesian Journal of Global Discourse*.
- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Journal Riset Manajemen Komunikasi*.
- Andi, R. A., & Mustika, A. (2021). URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN. *al-iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Ati, P. K. (2021). Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age). *Seminar Nasional Desain –SANDI*.
- Audia, N. T., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Pada UMKM Kerupuk Rajungan. *NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*.
- Baptista, F. P. (2022). The effects of social media influencers' self-disclosure on behavioral intentions: The role of source credibility, parasocial relationships, and brand trust. *JOURNAL OF MARKETING THEORY AND PRACTICE 2022, VOL. 30, NO. 3, 295–311*.
- Chevy Maidie Arzulana, M. H. (2023). Perubahan Perilaku Remaja Akibat Content Creator Youtube Gaming Pada Kelurahan Air Tawar Barat Kota Padang.
- Daniel Sefrandov, J. E. (2022). Penerimaan Citra Windah Basudara oleh Penonton Pada Konten Charity di Youtube. *JURNAL E-KOMUNIKASI VOL 10 NO.2*.
- Devi Anggraeni Suyanto, R. Z. (2021). PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE NIHONGO MANTTAPU TERHADAP PEMILIHAN KARIR GENERASI Z (STUDI PADA SMA NEGERI 1 BANGSAL). *Pawitra Komunika jurnal komunikasi dan sosial humaniora*.
- Dr. Ulber Silalahi, M. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung.
- Ecker, U. K., & Antonio, L. M. (2021). Can you believe it? An investigation into the impact of retraction source credibility on the continued influence effect. *Memory & Cognition (2021) 49:631–644*.
- Edib, L. (2021). *Menjadi Konten Kreator di Era Digital*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Elvira Ismagilova, E. S. (2020). The effect of characteristics of source credibility on consumer behaviour: A meta-analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Hadion Wijoyo, I. I. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Hendra Junawan, N. L. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 4 No. 1, Juni 2020*.
- Janna, N. M. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS.

- Kristiana, T. C. (2019). The Source Credibility in Social Media. *EUDL (European Union Digital Library)*.
- Maharani, A. S. (2022). Media Informasi di Ranah Media Sosial: Perubahan Karakteristik dan Peran Jurnalistik Sebagai Media Baru. *PERSPEKTIF*.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJIASUMSIKLASIK PADAANALISIS REGRESI LINIERBERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUML.]).
- Maulana, J. (2021). PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Mukarom, Z. (2020). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nugraha, B. (2022). *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Asumsi Uji Klasik*.
- Nuke, F. E., & Taufik, I. (2022). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI SUBSCRIBERS PADA CHANNEL YOUTUBE OTO MOTIF RIDWAN HANIF. *Garuda Rujukan Digital*.
- Nur'sakdah. Akhmad Saufi, B. H. (2021). ANALISIS PENGARUH SIKAP TERHADAP MINAT BELI ONLINE MELALUI DROPSHIPPER PADA MEDIA E- COMMERCE.
- Oktavianti, R. F. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube). *Prologia*.
- Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S. M. (2006). *SOSIOLOGI KOMUNIKASI Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: K E N C A N A PRENADAMEDIA GROUP .
- Putra, D. W. (2022). KEKERASAN VERBAL DALAM KONTEN GAMING DI YOUTUBE (ANALISIS ISI KUALITATIF KONTEN ULASAN PERMAINAN ONLINE MAINCRAFT DAN MOBILE LEGEND PADA AKUN YOUTUBE MIUVEOX DAN BRANDONKENT EVERYTHING). *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, Vol. 3, No. 2*.
- Putu Karin Pradnya Laras ati, K. h. (2021). EfektivitasContentCreatordalam Strategi Promosidi Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age). *Seminar Nasional Desain –SANDI* .
- Rahma Nur Fathiyah, N. R. (2019). PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBER TERHADAP SIKAP PENONTON PADA CHANNEL YOUTUBE AT TA HALILINTAR (Studi Kuantitatif pada Penonton Youtube Atta Halilinar di Instagram @_ateam.ofc). *Acta Diurna Komunikasi*.
- Ricco Herdiyan Saputra, J. A. (2018). PENILAIAN KINERJA DOSEN MENGGUNAKAN MODIFIKASI SKALA LIKERT DENGAN METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING.

- Richter, A. G. (2020). Source credibility modulates the validation of implausible. *Memory & Cognition* (2020) 48:1359–1375.
- Rina, Fathiyah, R. N., & Nofha. (2019). PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBER TERHADAP SIKAP PENONTON PADA CHANNEL YOUTUBE AT TA HALILINTAR (Studi Kuantitatif pada Penonton Youtube Atta Halilinar di Instagram @_ateam.ofc). *Acta Diurna Komunikasi*.
- Sarah Zeval, I. R. (2023). Moralitas Generasi Z di Media Sosial: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*.
- Sirajul Fuad Zisa, N. E., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*.
- Sonya Aprillia Savitri, R. E. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up Maybelline. *Prologia*.
- Sulung Adi Dananjaya, D. N. (2022). HUBUNGAN KECANDUAN BERMAIN GAME ONLINE PADA SMARTPHONE TERHADAP PRESTASI AKADEMIK SISWA KELAS 12 SMA 1 GERUNG TAHUN 2019. *Nusantara Hasana Journal*.
- Surakanon, S. B. (2023). The Impact of VTubers and Streamers on the Purchase Intention of Otaku and Non-Otaku Respondents: A Comparative Study. *BASIC AND APPLIED SOCIAL PSYCHOLOGY*.
- Sutisna, I. (2020). STATISTIKA PENELITIAN. *Program Doktor Ilmu Pendidikan Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo*.
- Suyanto, D. A. (2021). PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE NIHONGO MANTTAPU TERHADAP PEMILIHAN KARIR GENERASI Z (STUDI PADA SMA NEGERI 1 BANGSAL). *Pawitra Komunika jurnal komunikasi dan sosial humaniora*.
- Taufiq Ramdan, A. D. (2023). PENGARUH TERPAAN KONTEN GAMING TIKTOK TERHADAP PERILAKU SOSIAL PADA REMAJA DI KELURAHAN HULAAAN, KABUPATEN GRESIK. *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI*.
- Trigartanti, Y. A. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*.
- Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility). *EduLib*.
- Yaumul Rahmi, L. S. (2017). The Influence of Beauty Vlog on Perceived Source Credibility and Purchase Intention. *Makara Human Behaviour Studies in Asia*.
- Yosephine Manullang, J. A., & Nurhayati, E. (2023). Dampak Penggunaan Bahasa Youtuber Gaming Windah Basudara Terhadap Perilaku Anak Dibawah Umur.
- Yusti Amelia Sundawa, W. T. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*.
- <https://www.marketeers.com/riset-youtube-jadi-platform-video-andalan-gen-z-indonesia/> (diakses pada 29 Oktober 2023 pukul 22.49)
- <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-8/> (diakses pada 1 November 2023 pukul 20:21)

<https://geotimes.id/opini/peran-gaming-di-era-digital-bagi-generasi-z/> (diakses pada 2 November 2023 pukul 19:27)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/26/youtube-gaming-jadi-platform-streaming-gim-terpopuler-di-indonesia> (diakses pada 8 November 2023 pukul 22:08)

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html> (diakses pada 18 November 2023 pukul 00:10)

<https://kumparan.com/dziqry-j/kemajuan-industri-game-di-indonesia-20jrZml5WCa> (diakses pada 27 Desember 2023 pukul 10:35)

<https://id.linkedin.com/pulse/pejuang-karir-content-creator-di-indonesia-tahun-2023-rizka-della> (diakses pada 27 Desember 2023 pukul 11:40)