

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdillah, A. L., Nanda, I., & Wulandari. (2021). *Metode Penelitian dan Analisis Data Comprehensive*. Insania.
- Babbie, E. (2014). *The Practice of Social Research*. In *Teaching Sociology* (Vol. 22, Issue 1). Cengage Learning. <https://doi.org/10.2307/1318620>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising And Promotion* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cresswell, & W, J. (2015). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. In *Health Promotion Practice* (Vol. 16, Issue 4). Sage Publication. <https://doi.org/10.1177/1524839915580941>
- Estiana, R., Karomah, G. N., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.
- Febriani, S. N., & Asmara, W. W. (2022). *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. UB Press.
- Ghani, I., & Amalia, S. (2014). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. ANDI.
- James Potter, W. (2016). *Media Literacy Eighth Edition 2* (8th ed.). SAGE Publication.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Mardiana, S. (n.d.). *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen*.
- Neumann, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (Third). Pearson.
- Nugraha, P. J., Damanik, D., Wahyani, W., Harto, B., & Sani, I. (2023). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suliyanto. (2018). Metode penelitian bisnis: untuk skripsi, tesis, & disertasi. Andi.

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Tanjung, R., Simatupang, S., & Sari, M. (2021). Komunikasi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.

Zulganef. (2018). Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen. Refika Aditama.

Jurnal

Ananda, N., Purwinarti, T., Mariam, I., Administrasi, J., Politeknik, N., & Jakarta, N. (2024). Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles Di Youtube Melalui Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Audiens Pada Iklan. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1). <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v11i1>

Feibe Sumampouw, L. (2023). Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosioial*, 1(3), 123–129. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>

Fitrah, W., & Nahmuddin, A. (n.d.). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Visualisasi Iklan Marjan 2023.

Hafni, R. D., Prananingrum, E. N., Putri, M. L., & Sutjipto, V. W. (2023). Pengaruh Terpaan Berita PPKM Level 4 di Kompas.com Terhadap Sikap Patuh Protokol Kesehatan. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 192–199. <https://doi.org/10.14421/pjk.v16i1.2269>

Januaristanti, L. L., & Nugrahani, R. U. (2021). Pengaruh Iklan Youtube “IYA JUGA YA” Terhadap Brand Awareness Produk BY.U. *EProceedings of Management*, 8(2), 1825–1833.

Kusmayadi, I. M., & Gumilar, G. (2019). Media Sosial Dan Promosi Oleh Pengelola Factory Outlet Dan Distro/Clothing Company Di Bandung. *Communications*, 1(2), 91–104. <https://doi.org/10.21009/Communications.1.2.5>

Made, N., Pradnya, S., Sudiarta¹, W., Pradipta², A. D., Ayu, D., & Joni³, S. (2021). Pengaruh Terpaan Film Dua Garis Biru Terhadap Sikap Remaja Tentang Perkawinan Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 1(2), 1–11.

Moestopo, U., Khalisha, G. M., Rachmadini, N., & Febrian, K. K. (2019). Pengaruh Iklan Online Naratif Move On Trip terhadap Sikap Penonton Media Sosial Youtube. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1(2), 90–96.

- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Osindeles). *I6(1)*. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.24614>
- Munawaroh, S., Dwi, M., Dan, A., & Mulyadi, U. (2022). Pengaruh Terpaan Film Pendek “Kenapa Belum Nikah?” Terhadap Persepsi dan Sikap Penonton Tentang Orang yang Melajang. *Prosiding KONSTELASI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA*, 190–200.
- Ningrum, W. R. (2013). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Kaum Ibu Dalam Pendidikan Anak. *Wacana*, *12(3)*, 234–241.
- Novianto, R. A., Lestari, M. T., Sos, S., Nurfebiaraning, S., & Si, M. (2016). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Perubahan Sikap Dari Tayangan Sinetron ‘7 Manusia Harimau’ Di Kalangan Remaja Sma Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, *3(1)*, 830–839.
- Prayoga Priansyah, R., Satriani, I., & Korespondensi, S. (2022). Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Dehakims Terhadap Sikap Orangtua Mengenai Anak Menonton Satwa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, *6(1)*, 19–28. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>
- Puspita, A. (2019). Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Pt.Rizma Tour & Travel Banjarmasin). *Mutakalimin; Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Putra, E. T., & Safitri, D. (2019). Faktor-faktor Persuasif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta Dalam Jakarta Museum On Social Media Competition. *Communications*, *1(1)*, 53–86.
- Safitri, S. (n.d.). Pengaruh Terpaan Iklan Media Online Produk Focallure terhadap Sikap dan Perilaku Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal of Communication Sciences*, *2(1)*, 9–18.
- Sipayung, E. L., & Wary Pintoko, W. (2023). Pengaruh Terpaan Media Pada Siaran Moto Gp 2022 di Trans 7 Terhadap Sikap Berkendara Anggota Asosiasi Honda Adv Indonesia Chapter Jakarta. *3(1)*.
- Tusan, A. R., Hadi, I. P., Prodi, D. B., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi “Kata Ustadz Solmed” Di SCTV. *Jurnal E-Komunikasi*, *7(1)*, 1–12.

Website

- Aprilianto, B. M. (2023, March 15). Urutan Iklan Marjan Cinematic Universe Sesuai Tahun Rilis, 2010-2023. Idntimes.Com.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/muhammad-bimo-aprilianto/urutan-iklan-marjan-cinematic-universe-sesuai-tahun-rilis>
- Clinton, B. (2021, February 24). *Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan untuk Nonton Youtube*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube>
- Dahono, Y. (2021, February 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Beritasatu.Com.
<https://www.beritasatu.com/news/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Kemp, S. (2022, February 15). DIGITAL 2022: INDONESIA. Datareportal.Com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- lasallefood.id. (2023, February 17). *PT. Lasallfood Inodnesia*.
<https://lasallefood.id/about-us/>
- Putri, K. N. (2023, March 22). Iklan Marjan Sering Jadi Tanda Datangnya Ramadhan, Ternyata Ini Trik Marketing yang Digunakannya! Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/regional/read/5240082/iklan-marjan-sering-jadi-tanda-datangnya-ramadhan-ternyata-ini-trik-marketing-yang-digunakannya>
- Raida, A. (2023, July 10). Analisis Iklan Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” dalam Kaitannya dengan IMC. Kompasiana.Com.
<https://www.kompasiana.com/astridraida3229/6498700810d8e02036107382/analisis-iklan-marjan-baruna-sang-penjaga-samudera-dalam-kaitannya-dengan-imc>