

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- A.L, Siahaan. 2018. "Iklan Oppo F9 'VOOE Flash-Echarge' Dan Minat Membeli Produk (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Iklan Oppo F9 'VOOE Flash Charge' Pada Youtube Ads Terhadap Minat Membeli Produk Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). In Universitas Suma."
- Amanda, Nadya. 2019. "Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Versi 'Penyakit Yang Diakibatkan Oleh Rokok' Terhadap Sikap Anti Rokok Di Kalangan Siswa(Survei Di SMPN 9 Yogyakarta)." *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.
- B. Prima, Jalu, A. Restu, and M. Aeelian. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Nilai Beli Konsumen." *Communicology : Jurnal Ilmu Komunikasi UNJ*.
- Ernandila DJuli, Ellia, and K. Y.S .. Putri. 2022. "Pengaruh Iklan Televisi Produk Makanan Energen Terhadap Sikap Konsumen." *Journal Of Media and CommuniCation Seienee* 5.
- Kamaludin, Luthfi. 2022. "Pengaruh Iklan Aplikasi Snaek Video Versi 'Beli Itik Dua Ekor' Di Youtube Terhadap Sikap Khalayak." Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Khalisha, Gina, Nurul Raehmadini, and Kristoforus Febrian. 2019. "Pengaruh Iklan Online Naratif Move on Trip Terhadap Sikap Penonton Media Sosial Youtube." *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 1.
- Kumala, Sofi. 2013. "Hubungan Antara Terpaan Tweet Iklan Pada Akun Twitter @infotembalang Dan Brand Awareness @Ealzone Up Dengan Minat Beli Masyarakat." *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Kurniawan, Bima. 2022. "Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat 'Ingat Pesan Ibu' Di TV Terhadap Sikap Masyarakat Dalam Menggunakan Masker." *Digilib.Uin-Suka*.
- Kusumawardani, Siska, and Ajeng Larasati. 2020. "ANALISIS KONSUMSI AIR PUTIH TERHADAP KONSENTRASI SISWA." *HOLISTIKA: Jurnal Ilmiah PGSD* IV.
- K. Y.S .. Putri et al. 2024. "Social media or word of mouth: Maintaining a healthy lifestyle during the COVID-19 pandemic in Indonesia". *Internasional Journal of Innovative Research and Scientific Studies*. Scopus Q2
- Maulina, Larasati. 2013. "Media Interaktif Sebagai Media Periklanan."

Communieology : Jurnal Ilmu Komunikasi UNJ 14–24.

- Munawaroh, S., Anjani, M., & Urip, M. (2022). Pengaruh Terpaan Media Film Pendek “Kenapa Belum Nikah?” terhadap Sikap Penonton tentang Orang yang Melajang. *Journal of Marketing Communication*.
- Ningrum, R. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Kaum Ibu dalam Pendidikan Anak. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Novianto, R., Lestari, M., & Nurfebriarining, S. (2019). Pengaruh Terpaan Media terhadap perubahan sikap dari Tayangan Sinetron ‘7 Manusia Harimau’ di Kalangan Remaja Sma Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*.
- Nurifa’i, S., & Utami, R. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Humor Head & Shoulders terhadap Sikap Khalayak pada Merek. *MEDIUM*, 10.
- Oggrie, Rieky, and Sylvie. 2019. “PENGARUH IKLAN INSTAGRAM STORY @HIJUP HEVEA TERHADAP SIKAP KONSUMEN (STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM HIJUP).” *E-Proceeding of Management* 6.
- Paramitha, Widya. 2021. “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Dalam Melawan Eovid -19 Versi Padi Reborn”Ingat Pesan Ibu” Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Protokol Kesehatan (Survei Pada Mahasiswa Aktif Universitas Lampung).” Universitas Lampung.
- Priansyah, R., Satriani, I., & Muslim. (2022). Pengaruh Terpaan Media Youtube Dehakims Terhadap Sikap Orangtua Mengenal Anak Menonton Satwa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*.
- Purwinarti, T., Ananda, N., & Mariam, L. (2024). Pengaruh Terpaan Media Pantene Miracles Di Youtube terhadap Sikap Audiens pada Iklan. *Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*.
- Rakadiwak, A., Tusan, Hadi, I., & Budiana, D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi “Kata Ustadz Solmed” Di SCTV. *Journal E-Komunikasi*.
- R.D, Juliani. 2017. “Pemilihan Media Iklan Bagi Organisasi Bisnis.” *Majalah Ilmiah Inspiratif*.
- Reva, Tiagita. 2016. “Pengaruh Terpaan Iklan Frisian Flag Versi Superhero Di Televisi, Usia Anak, Dan Persepsi Realitas Terhadap Permintaan Pembelian Produk Susu Frisian Flag.” Universitas Diponegoro.
- Safitri, S. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Produk Focallure terhadap Sikap Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Journal of Communication Sciences*.
- Samsiyah, I., & Made, P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Layanan

Masyarakat terhadap Sikap Masyarakat. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9.

Sembiring, Ika. 2021. "Pengaruh Iklan Pop Up Shopee Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak." *Jurnal Tekesnos* 3.

Sipayung, E., & Pintoko, W. (2019). Pengaruh Terpaan Media Pada Siaran Moto GP 2022 di Trans 7 Terhadap Sikap Berkendara Anggota Asosiasi Honda Adv Indonesia Chapter Jakarta. *Jurnal Komunikasi Esensi Daruna*.

Sudiarta, N. made, Pradipta, A., & Sugiarica, D. A. (2021). Pengaruh Terpaan Media pada film Dua Garis Biru terhadap Sikap Remaja tentang Perkawinan Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.

Sumampow, L. (2023). Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*.

Valiant, Velantin, and Syarifudin Gassing. 2022. "Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Followers Kompas TV)." *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi* 28.

Vinolia, Rita, and Miehael Putra. 2021. "PENGARUH IKLAN LAYANAN Di TELEVISI TERHADAP SIKAP MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Darma Agung Medan Terhadap Iklan Layanan Masyarakat EOVID - 19)." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2.

Widiastuti, Lusi. 2021. "Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat 'Ingat Pesan Ibu' Di Televisi Terhadap Sikap Masyarakat Dalam Mematuhi Protokol Kesehatan Peneegahan Eovid-19." *Repository.Upnvj*.

Buku

Augoustinos, Martha, Iain Walker, and Ngaire Donaghue. 2014. *Social Cognition: AN INTEGRATED INTRODUCTION*. 3RD ed. SAGE Publications.

Djaali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.

E, Babbie. 2014. *The Prattice of Social Research (Fourteenth)*. Boston Eengage Learning.

G.E, Beleh, and Beleh M.A. 2007. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (8th Ed.)*. New York: McGraw-Hill.

Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hutcheson, G., Sofroniou, N. (2013). *The Multivariate Social Scientist Introductory Statistic Using Generalized Linear Model*. SAGE Publications
- J.W, Creswell. 2018. *Research and Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approah*.
- Kriyanton, R. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori Dan Praktek*. UB Press.
- Kriyanton, R. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Eontoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Publie Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: PRENADAMEDIA GROUP.
- Kung, L. 20088. *Strategie Management in Ther Media*. SAGE Publieations.
- M.R, Solomon. 2014. *Eonsumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New York: Pearson.
- Maulina, Larasati. 2013. "Media Interaktif Sebagai Media Periklanan." *Eommunieology : Jurnal Ilmu Komunikasi UNJ* 14–24.
- Moriarty, S., N. Mitehel, and Wells W. 2011. *Advertising*. Keneana Prenadamedia Group.
- Morissan. 2019. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PRENADAMEDIA GROUP.
- N.K, Malhotra. 2020. *Marketing Research an Applied Orientation*. In Pearson Edeuation Limited (Sixth).
- Potter, J. (2017). *Media Effect*. SAGE Publications.
- R, Kertamukti. 2019. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Rajawali Press.
- Sekaran, Uma, and R. Bougie. 2016. *Research Method For Business, A Skill Building Aprroaeh*. Wiley.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: 56 Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif*. Alfabeta.
- W.L, Neuman. 2014. *Basies of Soeial Research: Qualitative & Quantitative Approaehes*. Pearson Edeuation Limited Edinburg.