

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif , (2019). *Pemandangan Umum Industri Film Indonesia*, Jakarta: BEKRAF
- Badan Pusat Statistik, (2018). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Budiansyah, A. (2020). Cnbcindonesia.com. *Pukul 00.00 WIB IndoXXI tutup, Kominfo kejar situs serupa*. Diakses pada 29 Februari 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191231080444-37-126642/pukul-0000-wib-indoxxi-tutup-kominfo-kejar-situs-serupa>
- Farki A., Baihaqi, I. & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5 (2), 614-619. Retrieved March 11, 2020, from <http://ejurnal.its.ac.id/>
- Febriana., M. & Yulianto., E. (2018). Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58 (1), 1-9. Retrieved March 11, 2020, from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>
- FeldmanHall., O. Dunsmoor, J. E. Tomparry, A. Hunter, L. E. Todorov, A. & Phelps, E. A. (2018). Stimulus Generalization as a Mechanism for Learning to Trust. *Proceeding of a national of Academy of Science of the United States of America (PNAS)*, 115 (7), 1690-1697, Retrieved April 3, 2020, from <https://www.pnas.org/content/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (cet. ke-9) . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS
- IDN Research Institute, (2019). *Memahami Perilaku Millennial Indonesia*. Diakses tanggal 8 Juni 2020 dari <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>
- Indrawati et al. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Kanitra., A. R & Kusumawati., A. (2018). Pengaruh Country Of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 61 (1), 64-73, Retrieved March 11, 2020, from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>
- Kotler, P & Keller, L.K. (2013). *Marketing Management* (cet. ke-14). England : Pearson Education Limited
- Kurniasari, I. (2017). *Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea (Studi Kasus pada Althea.kr)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

- Laurensia, J. (2016). Kompasiana.com. *Mengenal Youtube*. Diakses pada 29 Februari 2020, dari <https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56cb0156c0afb3218bb231e/mengenal-youtube>
- Mediarta, A. (2019). Filmindonesia.or.id. *Perkembangan Film Indonesia 2019: Bukan sekedar jumlah penonton*. Diakses tanggal 29 Februari 2020, dari <http://filmindonesia.or.id/article/perkembangan-film-indonesia-2019-bukan-sekadar-jumlah-penonton#.Xo2f-4gzbIU>
- Megandaru., G. A. & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill. *E-Proceeding of Management*, 6 (2), 4501-4507, Retrieved March 11, 2020, from <https://scholar.google.com/citations/FarahOktafani>
- Mo., Z. Li., Y. F. & Fan., P. (2015). Effects of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal Of Service Science and Management*. 8, 419-424, Retrieved March 11, 2020, from <https://www.researchgate.net/publication/JpurnalOfServiceScienceAndManagement>
- Mulyati., Y. & Gesitera., G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. 9 (2), 173-194, Retrieved March 11, 2020, from <https://scholar.google.co.id/citations/JurnalMaksipreneur>
- Nurmalasari, Y. (2019). *Pengaruh Negara Asal Dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian Nature Republic di Kota Malang*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Pardede, R. & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasinya dalam Riset Bisnis* Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Perdana, E. (2016) *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22* Bangka Belitung: Lab. Komunikasi Universitas Bangka Belitung
- Polling Indonesia, (2018). *Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Riduwan & Kuncoro, E.A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur) (cet. Ke-7)*. Bandung : Alfabeta
- Rosdiana., R & Haris., I. A. (2018) Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*. 2 (3), 169-175, Retrieved April 3, 2020, from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/>
- Mujani, Saiful. (2019). Saifulmujani.com. *Siapa Menonton Film di Bioskop?*. Diakses tanggal 8 juni 2020, dari https://saifulmujani.com/wp-content/uploads/2020/01/Presentasi-Final-Film_SMRC_rev.pdf

- Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (cet. Ke-6). Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Setyowati, D. (2019). Demo.katadata.co.id. *Tumbuh 20%, Penonton Bioskop Diproyeksi Capai 60 juta Tahun 2019*. Diakses tanggal 29 Februari 2020, dari <https://demo.katadata.co.id/berita/2018/09/13/tumbuh-20-penonton-bioskop-diproyeksi-capai-60-juta-pada-2019>
- Shidqi., H. Noor., Y. L. & Kibrandoko. (2019). The Effect of Electronic Word Of Mouth on Online Trust and Purchase Intention among Millennials Generation on Instagram. *Russian Journal of Agricultural and Socio Economic Science (RJOAS)*. 1 (85), 490-496, Retrieved March 11, 2020 from <https://www.researchgate.net/publication/RJOAS>
- Sinaga., R. E. M. & Kusumawati., A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 63 (1), 187-196, Retrieved 11 March, 2020, from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>
- Sudirman., M. N. (2018). *Pengaruh Online Review Youtube Terhadap Minat Beli Mobil Toyota Rush 2018 dengan Dimediasi Sikap Konsumen*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (cet. ke-2). Bogor : Ghalia Indonesia
- Sutanto., M. A. & Aprianingsih., A. (2016). The Effect Of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science (ICEBESS)*. 218-230, Retrieved March 11, 2020, from <https://scholar.google.com/ICEBESS>