

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Managing brand equity*. simon and schuster.
- Adminlina. (2021). *Meski Pandemi, Pasar Mobil Bekas Meningkat*. Pelakubisnis.Com.
- Ainsworth, H. (1980). *Advertising: Concepts and Strategies*. Gilson, Christopher and Harold W. Berkman. New York and Toronto: Random House Business Division. 1980. 581 pages plus appendixes. Taylor & Francis.
- Alfajri, I., & Irfansyah, B. I. (2014). Analisis Web Series dalam Format Film Pendek. *Jurnal Format PDF. Institut Teknologi Bandung*. [18 Januari 2019].
- Ameliola, S., & Nugraha, H. D. (2013). Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi. *Prosiding In International Conference On Indonesian Studies" Ethnicity And Globalization*, 362–371.
- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). Analisis pengaruh internet marketing terhadap pembentukan word of mouth dan brand awareness untuk memunculkan intention to buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 9(1), 20–35.
- Armstrong, J. (2010). *Persuasive advertising: Evidence-based principles*. Springer.
- Asmita, F. N. (2020). *Beli Mobil Bekas atau Baru, Lebih Untung Mana Ya?* Koinworks.Com.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective 6th. *New York: McGraw-Hil L*.
- Biel, A. (1997). Brand Equity and advertising: an overview. In *Brand Equity & Advertising*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Blumberg, B., Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *EBOOK: Business Research Methods*. McGraw Hill.
- Content Marketing Institute*. (n.d.). Retrieved November 23, 2022, from <https://contentmarketinginstitute.com/>
- Dale, E., Finn, J. D., & Hoban Jr, C. F. (1949). Research on audio-visual materials. *Teachers College Record*, 50(9), 253–293.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Darmawan, D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*.

- Durianto, D. (2004). Sugiarto; Tony Sitinjak. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek, Cetakan Ketiga, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.*
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi-4*, Yogyakarta: Cv. *Andi Offset.*
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., PS, T. E. A., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Sagung Seto.*
- Hancox, D. (2021). *The revolution in transmedia storytelling through place: Pervasive, ambient and situated.* Routledge.
- Hariningsih, E. (2013). Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi, 1*(2).
- Hasibuan, L. (2018). *Mini Series Jadi Tren Iklan di YouTube.* CNBC Indonesia.
- Hermawan, B. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Pengunjung Di Mall Central Park).* Universitas Tarumanagara.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*, Depok: PT. *RajaGrafindo Persada.*
- Improving Ad Performance Online: The impact of advertising on branded content sites.* (2008). Association Online Publishers.
- Indrawati, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: PT Refika Aditama.*
- Invespro. (n.d.). *The State Of Online Video Advertising – Statistics And Trends.*
- Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan persepsi visual pada iklan televisi. *Jurnal Visualita DKV, 3*(1), 1–21.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang.*
- Jerome, T., Shan, L. W., & Khong, K. W. (2010). *Online advertising: A study on Malaysian consumers. Available at SSRN 1644802.*
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing.* Kogan Page Publishers.

- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing management 14th edition*. prentice Hall.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru: Implikasi terhadap teori komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296.
- Kurniullah, A. Z. (2017). Konsep Transmedia Storytelling Pada Iklan Cetak Mobil Volkswagen Dengan Media Augmented Reality. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02), 12–22.
- Lee, M., & Johnson, C. (2013). *Principles of advertising: a global perspective*. Routledge.
- Matitaputy, C. (2016). Miskonsepsi siswa dalam memahami konsep nilai tempat bilangan dua angka. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2), 113–119.
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal Tabularasa*, 6(1), 87–97.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Muhardi, H. (2022). 2 Tahun di Indonesia, OLX Autos Beri Kemudahan kepada Hampir 5 Juta Konsumen. OLX News. <https://news.olx.co.id/2-tahun-di-indonesia-olx-autos-beri-kemudahan-kepada-hampir-5-juta-konsumen/>
- Nasution, M. N. (2008). Manajemen Transportasi, edisi ketiga. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Nummila, M. (2015). *Successful social media marketing on Instagram. Case@ minoshoes*.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1–20.
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew Research Center*, 125, 52–68.
- Praharsi, Y., Erni, N., & Sinambela, B. J. (2015). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk air minum (Studi Kasus: Perusahaan CV. OEN Jaya). *Jurnal Metris*, 16(01), 35–44.
- Prasetyadi, B., & Bahri, S. (2009). Jago Bikin Film Superhero. *Yogyakarta: Indonesia Cerdas*.
- Pratama, G. (2020). *CARA BELIMOBILGUE REBUT PASAR BISNIS JUAL BELI MOBIL BEKAS ONLINE*. Otopedia.Com.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (Ed.)). Zifatama Publishing.

- Purba, D., & Purba, M. (2022). Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression. *Citra Sains Teknologi*, 1(2), 97–103.
- Riduwan, M. B. A. (2007). Skala pengukuran variabel-variabel penelitian. *Alf. Bandung*.
- Roflin, E., & Zulvia, F. E. (2021). *Kupas tuntas analisis korelasi*. Penerbit NEM.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication networks: Toward a new paradigm for research*. Free Press.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1987). *Advertising and promotion management*. McGraw-Hill Book Company.
- Rusman, K., Warouw, D. M. D., & Pasoreh, Y. (2015). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk PT. POKPHAN Luwuk Sulawesi Tengah. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(5).
- Sadiman, A. S. (2011). dkk, Media pendidikan. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, W. W. (2009). *Advertising & IMC Principles and Practice* (10th ed.).
- Santoso, P. R. (2016). *Analisis visualisasi iklan mini drama line Ada Apa Dengan Cinta melalui pendekatan semiotika visual*. Universitas Negeri Malang.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Schlosser, A. E., Shavitt, S., & Kanfer, A. (1999). Survey of Internet users' attitudes toward Internet advertising. *Journal of Interactive Marketing*, 13(3), 34–54.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Setiadi, N., & Konsumen, J. P. (2003). *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Shimp, T. A. (2010). Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 8e. *Cengage Learning. South-Western*.
- Silaen, S. (2018). Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis. *Bandung: In Media*.
- Sissors, Jack Z., Bumba, L. (1996). *Advertising Media Planning*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan Kombinasi. *Alfabeta*, 5.

- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Suryani, H. (2015). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty*.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53.
- Tersiana, A. (2018). *Metode penelitian. Anak Hebat Indonesia*.
- Thomas, M. Y., Saerang, D. P. E., & Warongan, J. D. L. (2018). Analisis Penerapan Tarif Progresif Pajak Kendaraan Bermotor Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah (Uptd) Kota Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04).
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor iklan yang dapat menarik penonton untuk menonton iklan Skip-Ads di Youtube sampai selesai. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 98–114.
- Trianton, T. (2013). *Film sebagai media belajar. Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Triyono Aris, W. (2019). *Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Cv. Budi Utama*.
- Video Marketing Statistic*. (2021). <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/>
- WeAreSocial. (2022). *DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Webduta. (2021). *PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI) PADA DUNIA BISNIS*. Duta-Training.Com.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran, Cetakan Kesatu. Alfabeta. Bandung*.
- Yoo, C. Y., Kim, K., & Stout, P. A. (2004). Assessing the effects of animation in online banner advertising: Hierarchy of effects model. *Journal of Interactive Advertising*, 4(2), 49–60.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier sederhana. *Regresi Linier Sederhana*, 13.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).