

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R., Abidin, M., Pendidikan, D. P., Islam, A., Ambon, I., Universitas, D., Negeri, I., & Makassar, A. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran (Vol. 6, Issue 2).
- Affan, V., & Saefudin, Y. (2023). Tinjauan Kriminologis Terhadap Influencer yang Mengiklankan Judi Online. 3, 13–20.
- Anak di Bawah Umur Main Judi Online, Peran Influencer dan Gamer Disorot – Nasionaltempo.co (2024) Retrieved June 22, 2024, from <https://nasional.tempo.co/read/1882764/anak-di-bawah-umur-main-judi-online-peran-influencer-dan-gamer-disorot>
- Arisandy, D. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying (Desy Arisandy) Kontrol Diri Ditinjau dari Impulsive Buying pada Belanja Online.
- Dedy Satriyono, D. M. (2023). Dampak Judi Online di Kalangan Masyarakat Kabupaten Katingan Daerah Tumbang Samba. Jurnal Ilmu Sosial, 97-102.
- Deretan Figur Publik Terjerat Dugaan Promosi Judi Online, dari Wulan Guritno hingga Amanda Manopo – Nasional.kompas.com (2023) Retrieved October 3, 2023, from https://nasional.kompas.com/read/2023/10/03/06015701/deretan-figur-publik-terjerat-dugaan-promosi-judi-online-dari-wulan-guritno?page=all#google_vignette
- Dugaan Promosi Judi Online Tak Cuma Menyeret Artis, Giliran Streamer Game Termasuk Marsha Ozawa Disorot - ShowBiz Liputan6.com. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5416223/dugaan-promosi-judi-online-tak-cuma-menyeret-artis-giliran-streamer-game-termasuk-marsha-ozawa-disorot>
- Eric, Jocelyn, Cen, A., Bong, V., & Lie, F. K. (2022). Dampak Influencer Instagram terhadap Gaya Hidup Belanja Impulsif pada Remaja di Batam.
- Febriani, T., Rahmanto, A, N., & Muhammad, A. (2022) Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer (SMI) terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan: Studi pada Produk Beras “Fortivit” Rice Bulog, Vol. 31 No. 3 Desember 2022 : 233 - 248
- Fenomena Mewabahnya Iklan Judi Online di Media Sosial: Dampak dan Pengaruhnya bagi Generasi Z Halaman 3 - Kompasiana.com. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from

https://www.kompasiana.com/yasyfi/661c75b414709365c94c7da2/fenomena-mewabahnya-iklan-judi-online-di-media-sosial-dampak-dan-pengaruhnya-bagi-generasi-z?page=3&page_images=1

- Hadmandho, T. C. (2022). The Influence of Instagram Endorsment Celebrities on Impulsive Buying Behavior of Students in Rokan Hulu Regency, Riau Province.
- Haryani, D, S. (2019) Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang : Dimensi, Vol. 8, No. 1 : 54 – 70 Maret 2019 ISSN: 2085-9996
- Hashem, T. N. (2021). Impact of Influencer Marketing - Three Rs - On Impulsive Purchase Behavior The Moderating Influence of Gender.
- Herman, Aleksandra M., Critchley, Hugo D., & Duka, Theodora. (2018). The role of emotions and physiological arousal in modulating impulsive behaviour. *Biological Psychology Journal*, 133: 30-43
- H.A.W Widjaya, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1997)
- Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kalalo, S. N., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (n.d.). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Rembroken The Influence of Tourism Products, Price Perceptions and Electronic Word of Mouth on Visiting Decision in Camp James Rembroken. In 382 *Jurnal EMBA* (Vol. 10).
- Kusniadji, S. Suherman Kusniadji: Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang).
- Klarifikasi Marsha Ozawa Soal Dugaan Promosi Judi Online, Minta Maaf dan Siap Kooperatif Jika Diperlukan. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from

<https://deli.suara.com/read/2023/10/11/153411/klarifikasi-marsha-ozawa-soal-dugaan-promosi-judi-online-minta-maaf-dan-siap-kooperatif-jika-diperlukan>

- Lavenia, G., & Erdiansyah, R. (2022). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Perceived Trust terhadap Impulsive Buying Menantea.
- Lestari, S, P. (2015) Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang) : Jurnal Interaksi. Vol 4 No 2, Juli 2015 : 139 -147
- Li, Y., Wang, C., & Liu, J. (2020). A systematic review of literature on user behavior in video game live streaming. In International Journal of Environmental Research and Public Health (Vol. 17, Issue 9). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093328>
- Maulana, I., Merseyside, J., Manulang, B., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. In Majalah Ilmiah Bijak (Vol. 17, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Menjadi Game Streamer: Bukan Sekadar Main Game, Bersenang-senang, lalu Dapat Uang. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://hybrid.co.id/post/menjadi-game-streamer-bukan-sekadar-main-game-bersenang-senang-lalu-dapat-uang/>
- Menyelisik Fenomena Judi Daring – Kompaspedia.kompas.id. (2023) Retrieved October 23, 2023, from <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/menyelisik-fenomena-judi-daring>
- Ngurah, G., Wiwekananda, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Purchase
- Nisa, K., Ah, Q. ', & Wijayani, N. (2024). Peran Influencer Media Social Dalam Impulsive Buying dan Konsumsi Generasi Z : Studi Kasus Marketplace Shopee. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial, 2(1). <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i1.2297>
- Nur, J., Rohman, A., Husna, J., & Korespondensi, P. (n.d.). Situs YouTube sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015.
- Pilat, J., Mantiri, M., & Kimbal, A. (2018) Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Sangihe: Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan

- Riset Populix: Judi Online Jadi Masalah Serius di Indonesia! – info.populix.co (2024) from <https://info.populix.co/articles/judi-online/>
- PPATK Sebut Transaksi Judi Online Mencapai Rp 155,4 Triliun, OJK Ikut Pantau Dana Nasabah Perbankan - TribunNews.com. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/09/14/ppatk-sebut-transaksi-judi-online-mencapai-rp-1554-triliun-ojk-ikut-pantau-dana-nasabah-perbankan>
- Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: CV. Andi Offset (Andi).
- Putri, I., Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Influencer dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif pada Produk Kosmetik Halal di TikTok Shop. 1–12.
- Rahayu, S. D. (2022). Pengaruh Social Media Influencers, Materialistic Values, E-Wom, dan Lingkungan Toko terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Generasi Z pada Produk Fast Fashion.
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 10(2), 188. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Riset: Orang Indonesia Main Judi Online Gegara Iklan Medsos hingga Promosi Influencer – Suara.com (2024) Retrieved February 8, 2024, from <https://www.suara.com/tekno/2024/02/08/122214/riset-orang-indonesia-main-judi-online-gegara-iklan-medsos-hingga-promosi-influencer>
- Sofi, S. A., & Najjar, S. A. (2018). Impact of personality influencers on psychological paradigms: An empirical-discourse of big five framework and impulsive buying behaviour. European Research on Management and Business Economics, 24(2), 71–81. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.12.002>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syahdi, N. (2016). Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu As Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau In Jom FISIP (Vol. 3, Issue 2).

- Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Siswanto. 2007. Kesehatan Mental. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya. (2012). *Understanding Social Media*. London. Ventus Publishing ApS.
- Tatang, O. :, Nugroho, A., Pembimbing, D., & Basuki, A. (n.d.). Pengaruh Influencer Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass (Studi Pada Konsumen Sepatu Compass di Malang).
- Teguh, W. (2021). Di Tahun 2021, 80% Dari Gen Z dan Milennial Suka Bermain Video Games. Retrieved from <https://games.grid.id/read/152831409/di-tahun-2021-80-dari-gen-z-dan-milennial-suka-bermain-video-games?page=all> on June 10, 2022
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tren Judi Online di Indonesia Terus Meningkat, Nilainya Tembus Rp100 T pada 2022. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/tren-judi-online-di-indonesia-terus-meningkat-nilainya-tembus-rp100-t-pada-2022>
- Trimulyani, S., & Herlina, N. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif pada Lazada di Masa Pandemi Covid-19. 1(2).
- Wenats, AG Eka dkk. (2012) *Integrated Marketing Communications : Komunikasi Pemasaran di Indonesia*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Whiteside, Stephen P., Lynam, Donald R., Miller, Joshua D., & Reynolds, Sarah K. (2005). Validation of the UPPS Impulsive Behaviour Scale: a Four-factor Model of Impulsivity. *European Journal of Personality*, 19: 559– 574
- YouTube Masih Jadi Medsos Paling Banyak Dibuka di Indonesia. (n.d.). Retrieved May 12, 2024, from <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6724677/youtube-masih-jadi-medsos-paling-banyak-dibuka-di-indonesia>
- Zafar, A. U., Qiu, J., Li, Y., Wang, J., & Shahzad, M. (2021). The Impact of social media celebrities' posts and contextual interactions on impulse buying in social commerce.
- Zhichao, L., & Qian, C. (n.d.). *The Frontiers of Society. Science and Technology*, 2, 39–45. <https://doi.org/10.25236/FSST.2020.021305>