

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, Hasanuddin & Lilik Purwandi. 2016. *Indonesia 2020 : The Urban Middle Class Millennials*. Alvara Research Center. Jakarta.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana. Jakarta.
- Biagi, Shirley. 2010. "*Media/Impact-9th Edition*". penterjemah Mochammad Irfan dan Wulung Wira mahendra. Salemba Humanik. Jakarta.
- Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 1992. *Pengantar Metode Kualitatif*. Usaha Nasional. Surabaya.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Kencana. Jakarta.
- Effendy, Onong Uhcjana. 2008. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Howe, N, & Strauss, W. 2000. *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Ling, Jonathan, dan Jonathan Catling. 2012. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Shimp, Terence A, 2000. *Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu Jilid 1* Jakarta: Erlangga.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sumartono, 2002, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Busu, dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

Widyatama, Rendra. 2009. *"Pengantar Periklanan"*. Pustaka Book Publisher. Yogyakarta.

E-BOOK

Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory (4th edition)*. London: Sage Publications.

SKRIPSI

Khasanah, RK. 2018. Analisis Resepsi Pengguna *Youtube* Terhadap Iklan (Penelitian Terhadap Generasi *Millennials* di Yogyakarta). Skripsi S1 pada Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Tidak Diterbitkan.

Ramadika, YD. 2019. Persepsi Konsumen Tentang *Intrusive Advertising* Pada Provider Telkomsel Dan XI Axiata?. Skripsi S1 pada Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Tidak Diterbitkan.

JURNAL

Risfandy, Rahmat. 2010. Pemaknaan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Terdampar. Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Surabaya. Tidak Diterbitkan.

Surya, Yanuar. 2016. Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. STIE AMA Salatiga. Tidak Diterbitkan.

INTERNET

<http://www.kajianpustaka.com/2012/10/teori-pengertian-proses-faktor-persepsi.html>

Diakses 19 April 2018.

<https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/press/>

Diakses 24 Juli 2018 dan 15 Maret 2019.

<https://www.statista.com/statistics/859829/logged-in-youtube-viewers-worldwide/>

Diakses 2 November 2018.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/33613/4/Chapter%20II.pdf>

Diakses 30 Desember 2018.

<https://support.google.com/google-ads/answer/2375464?hl=id>

Diakses 1 Januari 2019.

<https://forlap.ristekdikti.go.id/mahasiswa/homegraphjk> diakses

Diakses 05 Januari 2019.

<http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133>

Diakses 22 Februari 2019.

<http://ads-id.com/>

Diakses 20 Maret 2019.

<https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018>

Diakses 09 Maret 2020.

<https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>

Diakses 9 Maret 2020.

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

Diakses 11 Maret 2020.