

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. (2018). *Bukalapak.com Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa UISU Medan)*.  
<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/5280/140907117.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (diakses pada 16 Juli 2021)
- Agung Hidayat, E. B. (2018). *Industri penyedap rasa menunjukkan pertumbuhan yang signifikan*. Industri.Kontan.Co.Id.  
<https://industri.kontan.co.id/news/industri-penyedap-rasa-menunjukkan-pertumbuhan-yang-signifikan>. (diakses pada 12 Mei 2021)
- Al-Agili, Z. H. (2020). The Effect of Food Additives (Monosodium Glutamate - MSG) On Human Health - A Critical Review. *Journal of Almaarif University College*, 362–369
- Ambar. (2019). *Teori Respon Kognitif dalam Komunikasi – Pengertian, Penerapan, dan Kritik*. Pakarkomunikasi.Com.  
<https://pakarkomunikasi.com/teori-respon-kognitif-dalam-komunikasi>. (diakses pada 07 Mei 2021)
- Asih, R. W. (2021). *Go Internasional, Iklan Bumbu Sasa Ada di Times Square New York*. Bisnis.Com.  
<https://traveling.bisnis.com/read/20211014/223/1454450/go-internasional-iklan-bumbu-sasa-ada-di-times-square-new-york..> (diakses pada 10 November 2021)
- Ayu, I. (2021). *Q2/2021, Kemenperin Proyeksi Industri Mamin Tumbuh 6 Persen*. Ekonomi.Bisnis.Com.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210518/257/1395160/q22021-kemenperin-proyeksi-industri-mamin-tumbuh-6-persen>. (diakses pada 22 Juli 2021)
- Ayunandita, T. (2018). Hubungan Terpaan Iklan Promosi di Media Sosial (Facebook dan Instagram) dan Tingkat Kompetensi Komunikasi Ambassador Gen Y dengan Minat Membeli Paket Data Produk Telkomsel. *Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Undip*, 6.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/19020>. (diakses pada 18 Juli 2021)
- Bakry, U. S. (2016). DEFINISI KONSEPTUAL/OPERASIONAL. *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional* (hal. 24.). Deepublish.
- Benito, S. M., Illera, A. E., & Fernández, E. O. (2020). Youtube celebrity endorsement: Audience evaluation of source attributes and response to

- sponsored content. A case study of influencer verdeliss. *Communication and Society*, 33(3), 149–166.
- BPOM. (2021). *Penggunaan MSG dalam Makanan*. Pom.Go.Id. <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/22029/Penggunaan-MSG-dalam-Makanan.html> (diakses pada 25 Februari 2021)
- BPS. (2021). *Statistik Penduduk D.I. Yogyakarta*. Kependudukan.Jogjaprovo.Go.Id. (diakses 25 April 2022)
- Budiman, A. (2003). Persepsi konsumen terhadap unsur-unsur iklan obat batuk Woods. Studi Pengguna dan non pengguna terhadap penyajian iklan obat batuk Woods. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Indonesia*. <https://library.ui.ac.id/detail?id=75987>. (diakses pada 12 Mei 2021)
- Dhee. (2020). *Metode Survey dalam Penelitian*. Ometlit.Com. <https://ometlit.com/metode-survey/>. (diakses pada 20 Juli 2021)
- Dinisari, M. C. (2020). *Sejarah Rendang, Salah Satu Menu Andalan Saat Lebaran*. Traveling.Bisnis.Com. <https://traveling.bisnis.com/read/20200524/223/1244201/sejarah-rendang-salah-satu-menu-andalan-saat-lebaran>. (diakses pada 06 Mei 2021)
- F.C. Susila Adiyanta. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 1-. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/alj/article/download/6604/3474>. (diakses pada 20 Juli 2021)
- Fadilah., R. (2017). *Cerdas dalam Mengonsumsi MSG*. Www.Bakrie.Ac.Id. <https://www.bakrie.ac.id/en/berita-itp/artikel-pangan/1810-cerdas-dalam-mengonsumsi-msg>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Fauzia, M. (2021). *Fact check: MSG doesn't cause neurological disorders, is safe overall for human consumption*. USA Today. <https://www.usatoday.com/story/news/factcheck/2021/06/25/fact-check-msg-safe-eat-doesnt-cause-neurological-disorders/5318758001/>. (diakses pada 20 Februari 2022)
- Febri Endra Budi Setyawan, M. K. (2017). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN: ( Statistika Praktis)* (Edisi 1.). Zifatama Jawa.
- Fernstrom, J. D. (2018). *Monosodium glutamate in the diet does not raise brain glutamate concentrations or disrupt brain functions*. *Annals of Nutrition and Metabolism*, 73(Suppl 5), 43–52.
- Finech Agency. (2020). *SASA - We Are MSG Campaign*. Finech Agency. <https://finch.agency/sasa-we-are-msg-campaign>. (diakses pada 10 Desember 2021)

- Google AdSense. (2022). *Ad units About Multiplex ads*. Support.Google.Com. <https://support.google.com/adsense/answer/9189566?hl=en>. (diakses pada 12 Januari 2022)
- Haerani, Y. (2015). PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BELI SAMPO PANTENE (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13175>. (diakses pada 26 Juni 2021)
- Hamad, A., Ahmad, W., & Mahmood, Z. (2016). Does Advertising Exposure Level Matter? Implications for Experimental Research in Advertising. *Business & Economic Review*,
- Harinaldi, M. Eng. (2005). Analisis Regresi Linier Sederhana. In L. Simarmata (Ed.), *Prinsip Statistik U/teknik & Sains*. Erlangga.
- Hartanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi.
- Hypermart. (2020). *Mengenal Bumbu Dapur dan Manfaatnya*. Www.Hypermart.Co.Id. <https://www.hypermart.co.id/mengenal-bumbu-dapur-dan-manfaatnya/>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Ihsan, D. N. (2020). *Kelompok Usia Ini yang Paling Pas Menyandang Status Generasi Micin*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/kelompok-usia-ini-yang-paling-pas-menyandang-status-generasi-micin-1086965>. (diakses pada 22 Februari 2021)
- Illahi, F. R. (2022). *Begini cara kerja algoritma Youtube 2022 terbaru untuk bisnis*. Ekrut.Com. <https://www.ekrut.com/media/algoritma-youtube-2019>. (diakses pada 10 Februari 2022)
- Indah Budiati, S. M. S., Dr. Yuni Susianto, S. S. M. S., Dr. Windhiarso Ponco Adi P, S. S. M. E., Sofaria Ayuni, S. S. M., Henri Asri Reagan, S. M. Si., Putri Larasaty, S., Nia Setiyawati, S., Aprilia Ira Pratiwi, S., & Valent Gigih Saputri, S. (2018). Peran Generasi Milenial Dalam Perekonomian Indonesia. In *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (hal. 92–93). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>. (diakses pada 22 Juli 2021)
- Ismail Nurdin, M. S., & Dra. Sri Hartati, M. S. (2019). POPULASI DAN SAMPEL. In *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (hal. 91–92). Media Sahabat Cendekia.
- ITS Online. (2020). *Cara Manfaatkan Algoritma Media Sosial bagi Pemasar Digital*. Www.Its.Ac.Id. <https://www.its.ac.id/news/2020/03/08/cara->

- [manfaatkan-algoritma-media-sosial-bagi-pemasar-digital/](#). (diakses pada 30 Juli 2021)
- Jaka. (2019). *10 Aplikasi Paling Banyak Didownload di Play Store/ Lebih dari 1 Miliar!* Jalantikus.Com. <https://jalantikus.com/tips/aplikasi-paling-banyak-didownload/>. (diakses pada 05 Mei 2021)
- John Budiman Bancin, S. Pd. , M. M. (2021). Pengertian Citra Merek. In A. Rofiq (Ed.), *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)* (hal. 12–13). CV. Jakad Media Publisihing.
- Kirkpatrick, K. (2016). *Advertising via Algorithm*. Cacm.Acm.Org. <https://cacm.acm.org/news/198460-advertising-via-algorithm/fulltext>. (diakses pada 30 Juli 2021)
- Kontan. (2018, November 23). *Industri penyedap rasa menunjukkan pertumbuhan yang signifikan*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/industri-penyedap-rasa-menunjukkan-pertumbuhan-yang-signifikan>. (diakses pada 12 Maret 2021)
- Kushkov E.A. (2019). Youtube: A Promising Video Marketing Tool For Business. *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, 72–79.
- LinovHR, A. (2021). *Brand Image: Pengertian, Indikator & Perbedaan dengan Brand Awareness*. Wwww.Linovhr.Com. <https://www.linovhr.com/brand-image-dan-brand-awerness/>. (diakses pada 20 Juli 2021)
- M.Anang Firmansyah, S. E. , M. M. (2019). Citra Merek. In *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)* (hal. 87). Deepublish.
- Magerowski, G., Giacona, G., Patriarca, L., Papadopoulos, K., Garza-Naveda, P., Radziejowska, J., & Alonso-Alonso, M. (2018). Neurocognitive effects of umami: association with eating behavior and food choice. *Neuropsychopharmacology*, 43(10), 2009–2016.
- Marketing. (2021). *Kegiatan Sharing Memasak Kreasi Sasa di Sasa Auditorium*. Marketing.Co.Id.
- Moh Faidol Juddi, & Evi Novianti. (2019). Yoga Arizona Sebagai Influencer Shopper Salah Satu Pilihan E-Commerce Indonesia. In U. Lies, R. Khairul, & A. Rusmana (Eds.), *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer* (hal. 241–243). Unpad Press.
- Morrisan, M. A. (2015). Iklan. In *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (hal. 17.). Kencana.
- Mosley, M. (2019). *Brand Ambassadors vs Influencers: A Comparison*. Wwww.Business2community.Com.

- <https://www.business2community.com/marketing/brand-ambassadors-vs-influencers-a-comparison-02198094>. (diakses pada 30 Juli 2021)
- Muclish Anshori, & Sri Iswati. (2009). Definisi Operasional. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1* (edisi 1., hal. 60). Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Nareza, M. (2020). *Ini Dampak Konsumsi Micin secara Berlebihan*. Alodokter.Com. <https://www.alodokter.com/efek-konsumsi-micin-berlebihan-ini-dampaknya-bagi-kesehatan>. (diakses pada 23 Februari 2021)
- Pam Moule, & Margaret Goodman. (2009). Purposive Sampling. In *Nursing Research: An Introduction* (hal. 274.). SAGE.
- Pertiwi, W. K. (2021). *Sejarah YouTube, Berawal dari Situs Kencan Online hingga Dibeli Google*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/15310057/sejarah-youtube-berawal-dari-situs-kencan-online-hingga-dibeli-google?page=all>. (diakses pada 16 Juli 2021)
- Presi. (2020). *Apresiasi Generasi Micin, Sasa Hadirkan Konser Micin Social Gang*. Nova. <https://nova.grid.id/read/052041941/apresiasi-generasi-micin-sasa-hadirkan-konser-micin-social-gang>. (diakses pada 10 November 2021)
- PT Ajinomoto. (2021, Mei 8). *Tentang Kami Ajinomoto Indonesia*. Www.Ajinomoto.Co.Id. <https://www.ajinomoto.co.id/id/tentang-kami>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Puteri, A. C., Fakultas, T., Program, E., Manajemen, P. M., Ekonomi, F., & Sarjana, P. (2019). *Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai Claudy Gabriella*. 11(1), 98–114.
- Putri, A. S. (2020). *Apa Yang Dimaksud Dengan Iklan?* Www.Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/09/09/205024569/apa-yang-dimaksud-dengan-iklan?page=all>. (diakses pada 28 Juni 2021)
- Qomariah, N. (2020). Brand Image. In T. Novitasari (Ed.), *PENTINGNYA KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai* (hal. 32–33). CV. Pustaka Abadi.
- Quines, C. B., Rosa, S. G., Velasquez, D., Prado, V. C., Neto, J. S. S., & Nogueira, C. W. (2018). (p-ClPhSe)<sub>2</sub> stabilizes metabolic function in a rat model of neuroendocrine obesity induced by monosodium glutamate. *Food and Chemical Toxicology*, 118, 168–180.

- Regita Cahyani Pramesti, Yusi Tyroni Mursityo, & Retno Indah Rokhmawati. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3, 2-.
- Riadi, M. (2020). *Pengertian dan Jenis-jenis Variabel Penelitian*. Www.Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/pengertian-dan-jenis-variabel-penelitian.html>. (diakses pada 20 Juli 2021)
- Ridh Sudiby, R. H. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*.
- Santoso, B. (2021). *Masak Capcai 500 Kg! Buat Mukbang Se-Kota!* Youtube.Com. <https://www.youtube.com/watch?v=OwyISV6iLHw>. (diakses pada 12 Oktober 2021)
- Saputra, R. (2018). JOM FISIP Vol. 5 No. 1. *PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI*, 5, 1.
- Sartika, R. E. (2018). *Penemuan yang Mengubah Dunia: Micin, Serbuk Penuh Kontroversi*. Sains.Kompas.Com. <https://sains.kompas.com/read/2018/03/15/180100323/penemuan-yang-mengubah-dunia-micin-serbuk-penuh-kontroversi?page=all>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Sasa Melezatkan. (2022). *Sasa Melezatkan*. Youtube.com. <https://www.youtube.com/SasaMelezatkan>. (diakses pada 13 Februari 2022)
- Sasa. (2021). *Website Sasa*. Sasa.Co.Id. <https://www.sasa.co.id/life-at-sasa>. (diakses pada 10 November 2021)
- SimilarWeb. (2020). *Top Websites Rangkings*. Www.Similarweb.Com. <https://www.similarweb.com/top-websites>. (diakses pada 05 Mei 2021)
- Simon Kemp. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. (diakses pada 29 Juli 2021)
- Siregar, B. P. (2020). *Harapan Ekonomi RI, Pertumbuhan Industri Makanan-Minuman Diprediksi Tumbuh Tinggi*. Www.Wartaekonomi.Co.Id. <https://www.wartaekonomi.co.id/read305107/harapan-ekonomi-ri-pertumbuhan-industri-makanan-minuman-diprediksi-tumbuh-tinggi>. (diakses pada 08 April 2021)
- Siregar, B. P. (2021). *Industri Makanan Minuman Masih Jadi Andalan di 2021*. www.Wartaekonomi. <https://www.wartaekonomi.co.id/read323825/industri-makanan-minuman-masih-jadi-andalan-di-2021>. (diakses pada 23 Juli 2021)

- Staff CNN Travel. (2021). *The world's 50 best foods*. Edition.Cnn.Com. <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html>. (diakses pada 04 Mei 2021)
- Sugiyono. (2008). Kuesioner. In *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* / Sugiyono (hal. 199.). Alfabeta.
- Sutantyo, K. J. (2019). *Proses Preparasi Bumbu Dasar Makanan Khas Indonesia Pada Menu The Palis Restaurant, Kalalili*. <http://repository.unika.ac.id/19680/>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Suyanto, B., & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Syafnidawaty. (2020). *PENELITIAN KUANTITATIF*. Raharja.Ac.Id. <https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/>. (diakses pada 20 Juli 2021)
- T, A. M., & Dr. Budi Purwoko, S. P. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing . *Library Research Of The Basic Theory And Practice Of Expressive Writing Counseling*, 8(1). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037>. (diakses pada 21 Juli 2021)
- Teguh. (2018). *Bumbu rendang daging khas Padang enak dan sederhana*. Www.Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/gaya/bumbu-rendang-daging-khas-padang-enak-dan-sederhana-klm.html>. (diakses pada 06 Mei 2021)
- Traveling Bisnis. (2021). *Go Internasional, Iklan Bumbu Sasa Ada di Times Square New York*. Traveling Bisnis.Com. <https://traveling.bisnis.com/read/20211014/223/1454450/go-internasional-iklan-bumbu-sasa-ada-di-times-square-new-york>. (diakses pada 10 November 2021)
- Tri Weda Raharjo, S. M. S. (2020). Advertising dan Mobile Advertising. In T. Lestari (Ed.), *RESPON TERHADAP MERK KARENA PENGARUH GANGGUAN PENAYANGAN IKLAN DI YOUTUBE* (hal. 40). CV. Jakad Media Publisihing.
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Utami, S. N. (2021). *Variabel Bebas dan Terikat: Pengertian Ahli serta Perbedaannya*. www.Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/07/08/153000869/variabel-bebas-dan-terikat--pengertian-ahli-serta-perbedaannya>. (diakses pada 21 Juli 2021)
- Wahyudi, S. T. (2017). Korelasi dan Regresi. In *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori, dan Penerapan*. UB Press.

- Wardani, M. D. (2020). *Konsep Dasar Pengujian Hipotesis*. In M. Dian Kusuma Wardani, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif)* (A. Wulandari, Ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Wibowo, P. T. (2021). *Apa Itu Digital Advertising?* Wwww.Wartaekonomi.Co.Id. <https://www.wartaekonomi.co.id/read322480/apa-itu-digital-advertising>. (diakses pada 29 Juli 2021)
- William Wells, John Burnett, & Sandra Moriarty. (2000). *Advertising Principles And Practice* (Five Edition). Prentice-Hall International.
- William. (2018). *Ini Dia 5 Negara Termicin di Dunia! Indonesia Nomor Berapa, Ya?* Wwww.Guesehat.Com. <https://www.guesehat.com/ini-dia-5-negara-termicin-di-dunia-indonesia-nomor-berapa-ya>. (diakses pada 08 Mei 2021)
- Wulandari, D. (2020). *Langkah Sasa Mengubah Stigma Negatif Melalui Kampanye "Generasi Micin."* Mix.Co.Id. <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/branding/langkah-sasa-mengubah-stigma-negatif-melalui-kampanye-generasi-micin/>. (diakses pada 05 Mei 2021)
- Yeung, Y. (2021). *Running Head: No Msg: Risk Perception And Chinese Restaurant Syndrome No Msg: Chinese Restaurant Menus, Monosodium Glutamate And The Trope Of Risk In Shaping Chinese Cultural Perceptions*. [https://rshare.library.ryerson.ca/articles/thesis/No\\_MSG\\_Chinese\\_Restaurant\\_Menus\\_Monosodium\\_Glutamate\\_and\\_the\\_Trope\\_of\\_Risk\\_in\\_Shaping\\_Chinese\\_Culture/14656548](https://rshare.library.ryerson.ca/articles/thesis/No_MSG_Chinese_Restaurant_Menus_Monosodium_Glutamate_and_the_Trope_of_Risk_in_Shaping_Chinese_Culture/14656548). (diakses pada 09 Februari 2022)
- Youtube Help. (2022). *Mengelola jeda iklan mid-roll untuk video berdurasi panjang*. Support.Google.Com. <https://support.google.com/youtube/answer/6175006?hl=id#zippy=%2Cpertanyaan-umum-faq>. (diakses pada 13 Februari 2022)
- Yudi Abdullah, & Yetty Oktarina. (2017). Ruang Lingkup Komunikasi. In Y. Wiguno Sanyoto (Ed.), *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik* (Yahnu Wiguno Sanyoto, hal. 38). Deepublish.
- Yuliantoro, N. (2020). Pengembangan Ketrampilan dengan Pelatihan Memasak. *Abdimas Pariwisata*, 1–1.
- Yusrizal. (2015). RELIABILITAS ALAT UKUR TESA. In *Tanya Jawab Seputar Pengukuran, Penilaian, dan Evaluasi Pendidikan*. Syiah Kuala University Press. [https://www.google.co.id/books/edition/Tanya\\_Jawab\\_Seputar\\_Pengukuran\\_Penilaian/4PHQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Tanya_Jawab_Seputar_Pengukuran_Penilaian/4PHQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0). (diakses pada 25 Juli 2021)



Zanfirescu, A., Ungurianu, A., Tsatsakis, A. M., Nițulescu, G. M., Kouretas, D., Veskoukis, A., Tsoukalas, D., Engin, A. B., Aschner, M., & Margină, D. (2019). A Review of the Alleged Health Hazards of Monosodium Glutamate. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*.