

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarandha, S. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Pada Klinik Kecantikan Impression Body Care Center Di Jakarta (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Abadi, F. Y., Wido, R., & Lutfiana, R. F. (2021). PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MENANGGAPI IKLAN POLITIK DI TELEVISI. *JURNAL PEKAN: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 6(1), 67-78.
- Abby, E., & Irwansyah, I. (2021). Penggunaan Celebrity Endorser pada Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Engagement. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(5), 73-86.
- Anabelle, F. (2022). Persepsi Pelanggan Mengenai Iklan Online LinkAja Zona Nyaman Tidak untuk Ditinggalkan/Fiona Anabelle/69180173/Pembimbing: Imam Nuraryo.
- B. Miles, M., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications.
- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bimo, Walgito. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bimo, Walgito. (2003). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Buhari, G. N., Pramitasari, D., & Saifullah, A. (2022). Persepsi Wisatawan terhadap Kualitas Produk Wisata: Fort Rotterdam, Di Makassar. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 19(1), 96-106.
- Cangara, Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 729.
- Faisal, Sanapiah. (2010). *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Febrian, N. (2020). *Persepsi Pengguna Terhadap Brand Image Apple (Iphone)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Halimah, N. (2020). *Persepsi Konsumen tentang Iklan Kartu Smartfren Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

- Haryanto, A. T. (2024, July 14). Penting! Gen Z Wajib Tahu Cara Antisipasi Serangan Siber. Retrieved from Diskominfo Kota Lhokseumawe: <https://kominfo.lhokseumawekota.go.id/berita/read/penting-gen-z-wajib-tahu-cara-antisipasi-serangan-siber-202407171721206614>
- Hayati, L. (2012). Pengembangan Budaya Belajar dan Dampaknya terhadap Mutu Layanan Pembelajaran di Sekolah Alam. Repository. Upi. Edu.
- Herman, H. E. (2024, Februari 13). Pengguna Google Chrome Hadapi Kerentanan Keamanan. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ototekno/2799365/pengguna-google-chrome-hadapi-kerentanan-keamanan/amp>
- Irwanto. (2002). Psikologi Umum. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Iskandar. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada (GP Press)
- Islamy, I. T., Agatha, S. T., Ameron, R., Fuad, B. H., Evan, E., & Rakhmawati, N. A. (2018). Pentingnya memahami penerapan privasi di era teknologi informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 11(2), 21-28.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Moeloeng, Lexy J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Zaenal. (2020). Teori-Teori Komunikasi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati
- Mulyana, Deddy. (2015). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngatifah, N. (2019). Analisis Persepsi Kualitas Pelayanan Berbasis Skala Pengukuran CARTER Pada PAMSIMAS di Desa Jungpasir. Skripsi Fakultas Syariah Prodi Syariah dan Ekonomi Islam. IAIN Kudus (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Nikdahnan, B. (2021). ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BRAND IMAGE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SEPATU COMPASS) (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Nursafitri, F., & Kusdiby, L. (2019, August). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional dan Emosional Terhadap Sikap Iklan Konsumen pada Produk High Involvement. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 646-653).

- Pasaman, K., & Heriyanto, D. (2024). INDONESIA GEN Z REPORT 2024. IDN Research Institute.
- Rahman, A. F. (2024, July 17) Apple Klaim Safari Lebih Aman dari Chrome, Ini 5 Alasannya. Retrieved from Detik Inet: <https://inet.detik.com/mobile-apps/d-7442517/apple-klaim-safari-lebih-aman-dari-chrome-ini-5-alasannya/amp>
- Rakhmat, Jalaludin. (2015). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ramadhan, B. F. (2009). Gambaran persepsi. FKM UI.
- Sakitri, G. (2021, July). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In Forum Manajemen (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).
- Sawitri, D. R. (2022). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul.
- Sholikhah, A. K. (2020). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP IKLAN LARANGAN MUDIK DI AKUN TWITTER@ KEMENKESRI (Deskriptif Kualitatif Pada Persepsi Mahasiswa Perantauan Yang Sedang Menempuh Pendidikan di Kota Surabaya Terhadap Iklan Larangan Mudik di Akun Twitter@ KemenkesRI) (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).