DAFTAR PUSTAKA

Ahdiat, A. (2024). 67% Penduduk Indonesia Punya Handphone pada 2022, Ini Sebarannya: Databoks. *KataData Media Network*, *2024*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/08/67-penduduk-indonesia-punya-handphone-pada-2024-ini-sebarannya

Akbar, F., & Prasetyo, D. (2022). Pengaruh Channel Youtube Gadgetin Terhadap Minat Daya Beli Gadget. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media*, *2*(1), 47–57.

Alfirahmi, A. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, *3*(1), 24–32. https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.410

Annur, C. M. (2024). Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia. *Databoks*, *Oktober*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2024

Basuki Agus Suparno, Widodo Muktiyo, R. S. D. (2017). *Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan*. *4*(1), 9–15.

Cindy Mutia Annur. (2024). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2024*.

Erzurum, F. (2022). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı (Uses and Gratification Theory). Ö. Özer içinde, Anaakım Medya Kuramları (s. 109-128). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Farida, N., Purwitasari, E., & Taufik, I. (2022). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Minat Beli Subscribers Pada Channel Youtube Otomotif Ridwan Hanif. *BroadComm*, *4*(1), 36–44. https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.233

Gifary, S., & Kurnia N, I. (2015). INTENSITAS PENGGUNAAN SMARTPHONE DAN PERILAKU KOMUNIKASI (Studi Pada Pengguna Smartphone di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom). *Jurnal Sosioteknologi*, *14*(2), 170–178. https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.7

Mastanora, R., & Batusangkar, I. (2018). *Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini*. *I*(2), 47–57.

Mulyana, D. (2008). *Pengantar_Ilmu_Komunikasi_Prof_Deddy_Mul* (Issue Ilmu Komunikasi).

Özmen, İ. (2020). Dijital Platformların Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Alımlanması: Netflix ve BluTV Örneği. Fırat Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, *19*(C), 123–205. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2

Rahman, A. (2021). PENGARUH KONTEN REVIEW SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A72 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT(Survey pada penonton channel Youtube GadgetIn). *UrusanIlmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, UniversitasPersada Indonesia Y.A.*, *26*(2), 83–92.

Rizki, A. M., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *49*(2), 157–164.

Saladin, Djaslim, (2007). Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran

Santika, E. F. (2023). Sederet Merek Handphone yang Paling Sering Digunakan Warga RI, Ada Milikmu? *Databoks*, 2023. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/14/sederet-merek-handphone-yang-paling-sering-digunakan-warga-ri-ada-milikmu

Shao, G. (2008). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. Internet Research, 19(1), 7-25, doi:10.1108/10662240910927795

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Supratman, L. P. (2009). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. 47–60.

Wisada, P. D., Sudarma, I. K., & Yuda S, A. I. W. I. (2019). Pengembangan Media Video Pembelajaran Berorientasi Pendidikan Karakter. *Journal of Education Technology*, *3*(3), 140. https://doi.org/10.23887/jet.v3i3.21735

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi*, *3*(2), 96–102. https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540