

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. Metode penelitian komunikasi penelitian kuantitatif: teori dan aplikasi. Bandung. Pustaka setia
- Alice Sylvester. Max Sutherland. 2004. *Advertising and the mind of the consumer*. Jakarta. PPM
- Arikunto, Suharsimi. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. 2013. Jakarta. Rineka Cipta
- Dave Chaffey. Fiona Ellis-Chadwick. 2016. *Digital marketing*. United Kingdom. Pearson Education Limited
- Effendy. Uchjana Onong.. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- H, Ardial. 2014. Paradigma dan model penelitian komunikasi. Jakarta. Bumi Aksara
- Jaiz, Muhammad. 2014 Dasar-Dasar Periklanan. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Monlee Lee. Carla Johnson. 2004. prinsip- prinsip pokok periklanan dalam perspektif global. Jakarta. Prenada.
- Morrison. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta. Kencana
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung. Rosda
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung. Rosda
- Suryani. Hendriyadi. Metode Riset Kuantitatif. 2015. Jakarta. Prenada

Jurnal:

- Arifin, Hasna Azizah. 2019. *HEDONIC TREADMILL SYNDROME TERHADAP PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY PADA GENERASI MILLENNIAL*. (http://www.academia.edu/download/56226348/Hedonic_Treadmill_Syndrome_pada_Penggunaan_Fintech_di_Generasi_Milenial_.pdf, diakses pada 9 september 2019)
- Hill Asean. 2016. ASEAN MILLENNIALS: 2016-17 One size fits all? A GENERATION GAP IN ASEAN. (online)

(http://hillasean.com/assets/pdf/Forum_2017_en.pdf. diakses pada 15 September 2019)

Hamouda, M.2018. Understanding social media advertising effect on consumers' responses. *Journal of Enterprise Information Management*. ISSN: 1741-0398 (online).(<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEIM-07-2017-0101/full/html>. Diakses pada 21 September 2019)

Kuspriyono, Taat. 2017. Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembeli Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. (online). (https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:jYgR3vviMRMJ:scholar.google.com/+Pengaruh+Promosi+Online+dan+Kemasan+Terhadap+Keputusan+Pembeli+Kosmetik+Merek+Sariayu+Martha+Tilaar&hl=id&as_sdt=0,5. Diakses pada 20 September 2019.)

Nizzam, Zazirah Nurul. Jaafar Abdullah Johanna. Supaat Hindun Siti. *Interactive Online Advertising: The Effectiveness of Marketing Strategy towards Customers Purchase Decision*. (online). (https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/pdf/2018/09/mateconf_mucet2018_05043.pdf Diakses pada 15 November 2019)

Putra, YS. 2016. *THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI. Vol 9 no 18*. (online). (<http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142/133>, diakses pada 4 september 2019)

Putri Rias Safira. 2019. *Analisis Pengaruh Online Trust dan Perceived Enjoyment terhadap Online Shopping Satisfaction dan Repurchase Intention pada Lazada Indonesia (Studi Kasus Generasi Millenial)*. (online). (<http://eresources.perpusnas.go.id:2285/43122/6/BAB%201%20upload.pdf>. Diakses pada 4 september 2019)

Satya, Eka Venti, 2018. *STRATEGI INDONESIA MENGHADAPI INDUSTRI 4.0*. Vol. X, No. 09/I/Puslit/Mei/2018. ISSN 2088-2351. (https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:wShqXcLJ4TAJ:scholar.google.com/+revolusi+industri+4.0&hl=id&as_sdt=0,5 (online). Diakses pada 13 September 2019)

Suhayat, Yayat. 2009. *HUBUNGAN ANTARA SIKAP, MINAT DAN PERILAKU MANUSIA*.(online).(https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:UnPbprqpz8cJ:scholar.google.com/&hl=id&as_sdt=0,5. Diakses pada 24 September 2019.)

Yet-Mee Lim, Ching-Seng Yap, Teck-Chai Lau. *The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decision: Liking, Recall and Click*. (online).
(<https://www.researchgate.net/publication/287509406>)

Website:

Attamimi Dewi. 2018. Keliru memahami milenial. (<https://greatmind.id/article/keliru-memahami-milenial>. diakses pada 5 September 2019)

BPS Surabaya. 2019. Proyeksi Penduduk Kota Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur Tahun 2019.
<https://surabayakota.bps.go.id/dynamictable/2018/04/18/23/proyeksi-penduduk-kota-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur-tahun-2019.html>

Databoks. 2019. Indonesia Peringkat Kelima Dunia Dalam Jumlah Pengguna Internet.
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet> diakses pada 2 September 2019)

Eka, Randi. 2018. Laporan *Daily Social: Fintech Report 2018*. Jakarta .
(<https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018> diakses pada 4 September 2019)

Gojek. 2019. About. (<https://www.gojek.com/about/> diakses pada 3 September 2019)

Maxnmonroe. 2018. Pengertian E-commerce.
<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html>. diakses pada 12 September 2019

Novia, Putri. 2020. Perilaku konsumen dan faktor yang memengaruhinya.
<https://www.jurnal.id/id/blog/perilaku-konsumen-pengertian-dan-faktor-yang-mempengaruhinya/>. Diakses pada 27 April 2020

Redaksi. 2019. GoPay siap berevolusi jadi *fintech*. (Jakarta. <https://marketing.co.id/go-pay-siap-berevolusi-menjadi-fintech/> diakses pada 4 September 2019)

Steve Olenski. 2016. *How Brands Should Use Celebrities For Endorsements*.
(<https://www.forbes.com/sites/steveolenski/2016/07/20/how-brands-should-use-celebrities-for-endorsements/> diakses pada 31 Agustus 2019)