

DAFTAR PUSTAKA

- Agisna, M., & Mahadian, A. B. (2022). Analisis Humor Dalam Konten Tiktok @fadlanholao. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.
- Anastasya, S. (2013). *TEKNIK-TEKNIK HUMOR DALAM PROGRAM KOMEDI DI TELEVISI SWASTA NASIONAL INDONESIA*.
- Avianti, R. A., & Margono, G. (2016). Pengembangan Skala Sikap Diferensial Semantik Terhadap Fisika Mahasiswa Jurusan Teknik Mesin UNJ. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th ed.). Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, Mi. A. (2017). *An Integrated Marketing Communications Perspective* (6th Edition). Mc-Graw Hill.
- Berger, A. A. (2017). *An Anatomy of Humor* (W. Fry, Ed.; 1st ed.). Routledge.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Vol. 9). Kencana.
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Sosial*. Alfabeta.
- Dewantari, T. S. (2022). *Mengenal Generasi Boomers, X, Y, Z, dan Alpha, Seperti Apa Kepribadiannya?* <https://www.brainacademy.id/>.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- Fajriani, H., Bafadhal, A. S., & Suharyono. (2018). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN RASIONAL DAN DAYA TARIK IKLAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61.
- Fajrin, R. A., & Listiani, E. (2020). Hubungan antara Daya Tarik Humor Iklan Traveloka dengan Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen Komunikasi*. <https://doi.org/10.29313/v6i2.22832>
- Farid, M., & Ghalib, S. (2014). Pengaruh Promotion Mix terhadap Keputusan Pemilihan Merek Oli Mobil Pada Pantai Gading Motor Palangkaraya. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*.
- Ferdinand, A. (2014a). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). UNDIP Press.
- Ferdinand, A. (2014b). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). UNDIP Press.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Head & Shoulders Indonesia. (2022). *Joe Taslim x Fadil Jaidi - Siapakah BA Head & Shoulders Selanjutnya?* Www.Youtube.Com.
- Helen, & Zahra, D. (2022). *Apa Bedanya Gen Z dengan Generasi Milenial?* <https://www.pramborsfm.com/news/apa-bedanya-gen-z-dengan-generasi-milenial/all>.
- Hollifield, A., Wicks, J. L., Sylvie, G., & Lowrey, W. (2016). *Media Management A Casebook Approach (Fifth Edition)*. Routledge.
- Irwan. (2018). *RELEVANSI PARADIGMA POSITIVISTIK DALAM PENELITIAN SOSIOLOGI PEDESAAN*. 17.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Medina, M. I. (2022). *15 Jenis Emotional Appeal yang Bisa Kamu Pakai dalam Iklan Produk*. <https://glints.com/id/lowongan/jenis-emotional-appeal/#.Y414wHZBxEY>.
- Misbach, I. (2013). *PENGUKURAN DALAM PENELITIAN SOSIAL: MENGHUBUNGKAN KONSEP DENGAN REALITAS*. *Berita Sosial*.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Palikhe, A. (2018). *Impact of Humor Advertisement on Purchase Intention of Consumer*. In *KANYA JOURNAL (Vol. 1)*. www.kanyacampus.edu.np
- Saryono, S. A., & Sudrajat, R. H. (2020). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN HUMOR DAN SIKAP KHALAYAK PADA IKLAN LAURIER HEALTHY SKIN VERSI "DIGARUK SALAH" TERHADAP MINAT BELI*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen (Setiyawami, Ed.)*. Alfabeta.
- Syana, A. B. (2019). *Taktik Head & Shoulders Pikat Pasar via Video Bloopers*. <https://www.marketeers.com/>.
- UNESCO. (2020). *UNESCO with, by and for youth*. <https://www.unesco.org/en/youth>.
- Wahyudi, N. A. (2022). *Belanja Iklan 2021 Capai Rp259 Triliun, Sektor Online Service Mendominasi*.

<https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20220120/12/1491195/Belanja-Iklan-2021-Capai-Rp259-Triliun-Sektor-Online-Service-Mendominasi>.

Warren, C., & McGraw, A. (2016). When Does Humorous Marketing Hurt Brands? *Journal of Marketing Behavior*.

Warren, K. (2022). *Generation Z (Gen Z): Definition, Birth Years, and Demographics*. <https://www.investopedia.com/generation-z-gen-z-definition-5218554>.

Widi, S. (2022, August). *Pengguna Youtube di Dunia Capai 2,41 Miliar pada Kuartal II/2022*. <https://dataindonesia.id/>.

