

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, et al. (2025). Persepsi mistisme di kalangan Generasi Z (Analisis sentimen pada videoblog YouTube).
- Arikunto, S. (2020). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2022). Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program. Jakarta: Rineka Cipta.
- Avia. (2020). Pengantar ilmu komunikasi.
- Christoper, D. (2020). New media dan komunikasi digital.
- Dai, X., & Cui, G. (2022). The influence of streamer Durasi on consumer trust in live commerce.
- Errika Dwi Setya Watie. (2020). Media baru dan komunikasi digital.
- Fauzi. (2020). Proses komunikasi dan dinamika sosial.
- Flew, T. (2020). New media: An introduction.
- Garinsingan. (2022). Hubungan terpaan media terhadap minat individu.
- Gerbner, G. dalam McQuail, D. (2020). Teori komunikasi massa.
- Hajrawati. (2022). Terpaan media sosial terh

adap perilaku pengguna.

Hanifah Amatulloh, et al. (2025). Hubungan konten YouTube “Yuk Ngaji TV” terhadap peningkatan pengetahuan Islam.

Hasan, et al. (2023). Mistik kejawen dalam dunia digital: Interpretasi atas ajaran kejawen di channel YouTube Ngaji Roso.

Juitania & Gede Adi Indrawan. (2020). Statistik dan perkembangan pengguna YouTube.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kusuma. (2022). Frekuensi iklan dan efektivitas pesan promosi.

Lee, J., & Chen, K. (2021). The effect of streamer credibility on purchase intention.

Liu, Y., et al. (2022). Trust in konten kreator commerce and consumer behavior.

Lumaksono, et al. (2026). Hubungan frekuensi tayangan channel “Kisah Tanah Jawa” terhadap sikap kepercayaan hal mistis.

McQuail, D. (2020). Teori komunikasi massa McQuail.

Miller, M. (2023). YouTube for business.

Muhtar, dkk. (2021). Konsep dasar komunikasi.

Ramadania, et al. (2025). Kepercayaan individu dalam konteks konten kreator.

- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. (2020). Metode penelitian komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. (2021). Metode penelitian komunikasi (Edisi revisi kedua). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sari, dkk. (2021). Protokol komunikasi dan tipe komunikasi.
- Shimp, T. (2022). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications.
- Sissors, J., & Baron, R. dalam Kusuma (2022). Teori frekuensi iklan.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2022). Aplikasi statistika dalam penelitian.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2021). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of konten kreator in building consumer trust.
- Zheng, X., et al. (2023). Streamer Durasi and Hubungan terhadap kepercayaan engagement in str commerce.
- Zou, Y., & Fu, H. (2024). The alignment of streamer Durasi and product trust.