

DAFTAR PUSTAKA

- Arens F. W., Michael F. W., & Arens, C. (2011), *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communication*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Abdullah, M. (2016). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arifin, Z. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Arifin, Z. (2012). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arkan, L. (2016). *Pengaruh Iklan Animasi Oreo di Televisi Terhadap Minat Beli Pelajar SDN Pondok Labu 05 Pagi*, 1–5. Retrieved from repository.upnvj.ac.i.
- Annur, C. M. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. (Diakses 17 Maret 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Annur, C. M. (2020). *Berapa Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Selama Pandemi?*. (Diakses 01 Maret 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Astrida, N., Amin, S., & Arifudin, D. (2019). *Pengaruh Penggunaan Animasi Terhadap Iklan Produk Richeese Nabati Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, 217-223. Retrieved from citisee.amikompurwokerto.ac.id.
- Ammarie, R. H., Nurfebriaraning, S. (2018). *Pengaruh Iklan Pop-Up Bukalapak Versi Pahlawan Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak*. Retrieved from jurnal.unpad.ac.id.
- Adipratama, Y. (2017). *Pengaruh Video Advertising Traveloka Versi Kisah Tentang Apak Terhadap Respon Afektif Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Ayuwaragil, K. (2017). *Perkuat Gopay, Gojek Caplok Kartuku, Midtrans, dan Mapan*. Di ambil dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/2017/perkuat-gopay-gojek-caplok-kartuku-midtrans-dan-mapan> (akses 23 Februari 2021).
- Belch, G. E., Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective. Sixth Edition*. Boston: McGraw Hill.
- Belch, G. E., Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotions: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill. New York.
- Belch, G. E., Belch, M. A. (2015), *Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communications Perspective*. Singapore: McGraw-Hill Education.

- Bruner, G. C., & Kumar, A. (2000). *Web Commercials and Advertising Hierarchy of Effects*. 35-42. Retrieved from researchgate.net.
- Bashir, M. N. Al. (2020). *Perkembangan Iklan Animasi di Indonesia*, 1-5. Retrieved from academia.edu.
- Banowati, K. (2018). *Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia di Televisi Terhadap Respon Afektif Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Bayu, Dimas Jarot. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. (Diakses 29 Februari 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Bank Indonesia. (2017). *Apa Itu Teknologi Finansial (Fintech)*. Diambil dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/> (akses: 30 Februari 2021).
- Bertia, A. (2020). *Komentar Warganet Terhadap Iklan Animasi Pevita Ditembak, Jota Bertindak di Twitter*. (Diakses 01 April 2021 dari <https://twitter.com/angelbertia00/status/>).
- Charlesworth, Alan. (2014). *Digital Marketing A Practical Approach*. Oxon dan New York: Routledge.
- CCAF; World Bank; World Economic Forum. (2020). *The Global Covid-19 FinTech Market Rapid Assessment Study*. *World Economic Forum*, 28–32. Retrieved from weforum.org
- Cholifah, R. N. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Intention To Use (Studi Kasus Pengguna Dana Pada Tix Id Di Tangerang Selatan Dan Jakarta Selatan)*. Retrieved from Repository.Uinjkt.Ac.Id.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Duffet, R. G. (2015). *The influence of Facebook advertising on cognitive attitudes amid Generation Y*, 15, 243–267. Retrieved from researchgate.net.
- Djuitaningsih, T. dan Marsyah.W.A.2012.“*Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility*”. *Jurnal Media Riset Akuntansi*.2(2).
- Dzakiyyah, S. J. (2020). *Pengaruh Iklan Web Series "EIGER: Jejak Rasa" Terhadap Respon Khalayak*, 1-13. Retrieved from Open Library Telkom University.
- Dwianti, S. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi Ekstrak Kulit Manggis Mastin Terhadap Sikap Khalayak di Kota Surabaya*. Retrieved from Open Library Telkom University.

- Dimas, J. B. (2020). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Tumbuh 33,8% pada Agustus 2020*. (Diakses 01 Maret 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Devita, V. D. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. (Diakses 05 Maret 2021 dari <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>).
- Frederic, M. P., Agnes, V. F., John, McBrewster. (2010). *“Computer Generated Imagery: Computer Graphics, 3D Computer Graphics, Special Effect, Film, Television Program, Television Advertisement, Simulation, Video Game, Cutsce” Books, Page(S) : 57-59*. AlphaScript Publishing : Amerika Serikat, 2010.
- Ferdiana, A. M. K., & Darma, G. S. (2019). *Understanding Fintech Through GoPay. International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(2), 257–260. Retrieved from ijisrt.com
- Fernandez, Ibiz. (2002). *Macromedia Flash Animation & Cartooning: A Creative Guide*. Pennsylvania State University: McGraw-Hill
- Fitriani, A. A. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Pesan, Kualitas Pesan, dan Frekuensi Penayangan Terhadap Sikap Khalayak (Analisis Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Cegah Stunting Itu Penting 2019)*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Fitri, I. (2017). *Pengaruh Jingle Iklan Sunsilk Conditioner Versi "Rambut Ga Kusut, Ga Lepek" di Youtube terhadap Respon Kognitif Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Ghozali, I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek. (2021). *Gopay*. Diambi dari: <https://www.gojek.com/help/gopay> (akses: 23 Februari 2021).
- Gojek. (2021). *Contact Gojek*. Diambil dari: <https://www.gojek.com/contact> (akses: 23 Februari 2021).
- Hochstein, M. (2019). *Fintech (The World, That is) Evolves*, (Diakses pada 29 Februari 2021, dari <https://www.americanbanker.com/opinion/fintech-theworld-that-is-evolves/>).
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Immaniar, D., Sunarya, L. S., Alfian, M. (2015). *Penerapan Teknologi Computer Generated Imagery Pada Visual Effect Film*, 1-13. Retrieved from academia.edu.
- Irfani, A. (2018). *Pengaruh Iklan TV Tokopedia versi “Kejar Jodoh Dimulai dari Tokopedia” terhadap Respon Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Jacquiline, O. (2012). *Visual Persuasion and Behaviour Change: A Study of Viewer’s Responses to Televised HIV/AIDS Advertisements In Kenya*. Retrieved from eujournal.org.
- Jamilah, R. N. (2018). *Pengaruh Iklan Televisi Bukalapak Cinta Nego Versi JNE Gratis Ongkir Kirim Terhadap Respon Khalayak*. Retrieved from unpas.ac.id.
- Jayani, D. H. (2020). *Survei Alvara: 15,8% Masyarakat Berinternet Lebih dari 13 Jam selama Pandemi*. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id> (akses: 29 Februari 2021).
- Jayani, D. H. (2020). *Persaingan Dompot Digital di Indonesia, Gopay Miliki Pengguna Terbanyak*. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/> (akses: 05 Maret 2021).
- Kotler, P., dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler P., dan Keller, K. (2012). *Marketing Management 14 Edition*. Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey.
- Kartono. 1997. *Patologi Sosial*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Khanum, N., Shareef, A., & Khanam, F. (2015). *The Effects of Animation in TV Commercials on Information Recall*. 6(3), 349-358. Retrieved from researchgate.net.
- Kuisma, J., Simola, J., Liisa, U., & Oorni, A. (2010). *The Effects of Animation and Format on The Perception and Memory of Online Advertising*. 24, 269-282. (Elsevier). Retrieved from sciencedirect.com.
- Koesno, D. A. S. (2020). *GoPay Gandeng Pevita Pearce & Joe Taslim di Iklan YouTube Premium*. (Diakses 26 Februari 2021 dari <https://tirto.id/gopay-gandeng-pevita-pearce-joe-taslim-di-iklan-youtube-premium-f3sr>).
- Kemp, S.. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. (Diakses 29 Februari 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>).
- Lin, C. A., & Kim, T. (2015). *Predicting User Response To Sponsored Advertising on Social Media Via The Technology Acceptence Model*. 710-718. (Elsevier). Retrieved from researchgate.net.

- Lidwina, A. (2020). *Volume Transaksi Fintech Global Meningkat selama Semester I-2020*. (Diakses 01 Maret 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Lidwina, A. (2020). *GoPay Jadi Dompot Digital Paling Populer di Indonesia*. (Diakses 05 Maret 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/>).
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Indonesia PRENADAMEDIA GROUP.
- Morissan, M.A. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Moriarty, S., Nancy, M., Wells, W. (2015), *Advertising & IMC, Principles & Practice (10th Edition)*. USA: Pearson Education.
- Mathias, J. (2020). *Inovasi Keuangan Digital Terhadap Perkembangan Teknologi Finansial di Indonesia*, Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang.
- Miswan, A. (2019). *Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah*. *Wahana Islamika: Jurnal Studi keislaman*, 5(1), 31-45. Retrieved from wahanaislamika.ac.id
- Muhammad, H., & Sari, N. P. (2020). *Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach)*. *Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 113–125. Retrieved from journal.umsida.ac.id
- Natakusumah, F.,A. & Yuliati, A., L. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung)*, *Journal of Theory & Applied Management*, 9(1), 34-49. Retrieved from Journal of Universitas Airlangga.
- Nabila, M. (2020). *Melihat Gerak Progresif Gopay Saat Ini*. (Diakses 10 Maret 2021 dari <https://dailysocial.id/post/melihat-gerak-progresif-gopay-saat-ini>, 2020).
- Nuraisa, M. (2020). *Pengaruh Pesan Iklan di Akun Youtube Pantene Indonesia Versi #AKUPILIHMAAFIBU 2019 Terhadap Respon Kognitif Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Okwiri, F. O. (2020). *Audience response to style in print media advertising: a study of millennial female youth in Nairobi County, Kenya*. Retrieved from <http://ir.mu.ac>.
- OJK. (2020). *Penyelenggara Fintech Terdaftar dan Berizin di OJK per 30 April 2020*. (Diakses 01 Maret 2021 dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-30-April-2020/>).

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung. CV Pustaka Setia
- Priyatno. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi
- Pamungkas, M. P. (2019). *Pengaruh Iklan JD.ID Versi Hantu Aja Pilih Yang Ori Terhadap Respon Afektif Khalayak*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Pamungkas, M. S. R. (2020). *Payment Gateway Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Go-Pay dan LinkAja)*, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Pascasarjana Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Renata, S. V. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Promosi, Kepuasan Konsumen dan Perceived Enjoyment Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gopay (Studi Pada Pengguna Gopay di Indonesia)*, Retrieved from Open Library Telkom University.
- Rustantiyo, M. E. (2017). *Pengaruh Penggunaan Teknik Animasi Pada Tayangan Iklan Televisi Produk Oreo Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Rahma, E. (2020). *Iklannya Viral, GoPay Langsung Perluas Kanal Pembayaran*. (Diakses 01 April 2021 dari <https://www.marketeers.com/iklannya-viral-gopay-langsung-perluas-kanal-pembayaran/>).
- Ryza, P. (2019). *Laporan iPrice: GoPay Jadi E-wallet dengan Pengguna Bulanan Tertinggi di Indonesia*. (Diakses 05 Maret 2021 dari <https://dailysocial.id/post/laporan-e-wallet-indonesia-iprice>).
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi; Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 2, edisi kelima*. Jakarta : Erlangga
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6-Buku 2*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian; Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soemanagara, Rd. (2008). *Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Sarwono, J. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode suksesif*. Jakarta: Erlangga.
- Septiani, S. (2020). *Pengaruh Iklan Web Series JBL “Yakin Nikah” Terhadap Respon Khalayak* Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Setiaji, D. (2017). *Perkuat GO-PAY, GO-JEK Akuisisi Tiga Perusahaan Fintech*. Diambil dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/2017/perkuat-gopay-gojek-caplok-kartuku-midtrans-dan-mapan> (akses: 23 Februari 2021).
- Sinarmassekuritas. (2021). *Gopay Tingkatkan Layanan Fintech di 2021*. (Diakses 10 Maret 2021 dari <https://www.sinarmassekuritas.co.id/gopay-tingkatkan-layanan-fintech-di-2021>).
- Socialblade. (2021). *Total Subscribers & Video View Monthly Graphs For Gopay Indonesia*. Diambil dari: <https://socialblade.com/youtube/c/gopayindonesia/monthly> (Diakses: 30 Maret 2021).
- Taniredja, T., dan Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif; Sebuah Pengantar*. Jakarta: Alfabeta.
- Tommy, D.L. (2020). *Intip Kerennya Pevita Pearce dan Jota di Dunia Cyberpunk Futuristik dalam Animasi GoPay Terbaru!*. (Diakses 28 Februari 2021 dari <https://ggwp.id/media/hiburan/viral/pevita-pearce-dan-jota-gopay>).
- Utami, D. N. (2018). *Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak*, Retrieved from Open Library Telkom University.
- Wenats, Eka,et al. (2012). *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wells, W., Moriarty, S., Burnett, J., dan Lwin, M. (2007). *Advertising: Principle And Effective IMC Practice*. Singapore : Pearson Education.
- Wells, W., Moriarty, S., Burnett, J., dan Lwin, M. (2009). *Advertising: Principle And Effective IMC Practice*. Jurong: Prentice Hall.
- Youtube Gopay Indonesia. (2020). *Pevita Ditembak, JoTa Bertindak* .(Diakses 26 Februari 2021 dari <https://www.youtube.com/Gopay/Indoonesia>).

Zarella, Dan . (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media. USA.