

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Resmi, Siti, Perpajakan Teori dan Kasus, Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Ali, Mahrus, SH, MH, Dasar-dasar Hukum Pidana, (Jakarta:Sinar Grafika), 2012.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, Pengantar Metode Peneloitian Hukum, Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Anastasia Diana & Lilis Setiawati, Perpajakan Teori dan Peraturan Terkini, Yogyakarta:Andi, 2014.
- Asikin, Amiruddin dan Zainal, Pengantar Metode Peneloitian Hukum,Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Azizy, Qodri, A, Ahmad Gunawan, dkk, Menggagas Hukum Progresif Indonesia, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006.
- Barata, Atep Adya, Panduan Lengkap Pajak Penghasilan, Jakarta: Transmedia Pusaka, 2011.
- Barkatullah, A. H. (2017). Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia (Sebagai Pedomandalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia). In Nusa Media.
- Devano, S., & Rahayu, S. K. (2006). Perpajakan: Konsep, teori, dan isu.
- Mardiasmo. (2011). Perpajakan (Edisi Revisi). Penerbit Andi.
- Diana, Anastasia & Lilis Setiawati, Perpajakan Teori dan Peraturan Terkini, Yogyakarta:Andi, 2014.
- Ilyas, Wirawan B & Suhartono, Panduan Komprohensif dan Praktis PajakPenghasilan, Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2007.

- Laquey, Tracy, Sahabat Internet, Pedoman bagi Pemula Untuk Memasuki Jaringan Global, Edisi 2, Bandung: ITB, 1997.
- M Nisrina, Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang, Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Marzuki, Metodologi Riset, Yogyakarta: PT Prasetya Widia Pratama, 2004.
- Marzuki, P. M. (2017). Pengantar Ilmu Hukum, Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media.
- Marzuki, Peter Mahmud,, Penelitian Hukum, Jakarta: Kencana, 2007. Mardiasmo, Prof.
- Dr, Perpajakan Edisi Revisi 2009, (Yogyakarta: Andi),2009.
- Muhammad, Abdulkadir, Hukum dan Penelitian Hukum, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Narbuko, Cholid, dan Abu Achmadi, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Nilawati, Eva Sativa, Kaya dan Gaya Via Facebook, Yogyakarta: Andi Offiset, 2010.
- Pearson, Mc Leod dan Schell, E-commerce Busnies Teknologi and Society Edition 4, NewJersey: PrenticeHall, 2008.
- Pius A Partanto, dan Dahlan AlBahri, Kamus Ilmiah Popoler, Surabaya: Arkola, 2001. Prastowo, Yustinus, Panduan Lengkap Pajak, Jakarta:Raih Asa Sukses, 2011.
- Pribadi, Wikan, Blog Peneur, Menjadi Enterpreneur dan MengembangkanBisnis Lewat Blog, Jakarta: Bukune, 2009.
- Prof. Dr. Mardiasmo, Perpajakan Edisi Revisi 2009, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Pudyatmoko, Y. Sri, Pengantar Hukum Pajak, Yogyakarta:CV Andi Offset, 2006.
- Raharjo, Sajipto, Ilmu Hukum, Pencarian, Pembebasan dan Pencerahan, Surakarta: Muhammadiyah Press. 2004.

Raharjo, Sajipto, Konsep dan Karakter Hukum Progresif, Makalah Seminar Nasional I Hukum Progresif, Kerjasama Fakultas Hukum Undip, Program Doktor Ilmu Hukum Undip dan Fakultas Hukum, Semarang: Universitas Trisakti, 2007.

Raharjo, Sajipto, Membedah Hukum Progresif, Jakarta: Buku Kompas, 2006.

Raharjo, Satjipto, Hukum Progresif : Sebuah Sintesa Hukum Indonesia, Yogyakarta: Genta Publishing. 2009.

Schultz, D., & Vile, J. R. (2019). Internal Revenue Service. The Encyclopedia of Civil Liberties in America, 498–500. <https://doi.org/10.4324/9781315699868-348>

Soemarso. (2007). Perpajakan Pendekatan Komprehensif.

Sofyani, H., Tahar, A., & Murtin, A. (2019). Perpajakan Di Indonesia. Widyaningsih, A. (2011). Hukum Pajak dan Perpajakan. Bandung: Alfabeta.

### **Undang-Undang**

Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2015.

Surat Edaran SE-62/PJ/2013 Tentang Perdagangan Barang atau Jasa Melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang Ketetapan Umum dan Tata Cara Perpajakakan Tahun 1984, Pasal 12.

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara

Perpajakan.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perpajakan. Undang-Undang Pajak Penghasilan Tahun 1984, Pasal 2 Ayat 1.

Undang-Undang Tahun 1945, Pasal 1 Ayat 3

Undang-Undang Tahun 1945, Pasal 1 ayat 3.

## **Jurnal**

- Butar Butar, C. R., & Fithrah Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(2),86. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.12029>
- Damopolii, I. N. (2017). Pajak Penghasilan Pada Kegiatan Youtuber dan Selebgram Dlam Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Undang Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan. *Lex Privatum*, V(6), 67– 72
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer. 15(2), 192–203.
- Irpansyah, M. A., Ramdan, A. M., & Danial, R. D. M. (2019). Kredibilitas Dan Kekuatan Selebgram Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Online Di Instagram. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 8(5), 55.
- Lubis, M. S. I. (2018). Dampak Komunikasi dan Perubahan Sosial Bagi Pengguna instagramD (Studi Deskriptif Kualitatif bagi pengguna Media Sosial Instagram di Instansi Dinas Pendidikan Sumatera Utara). III, 224– 234.
- Pangestu, Resha Dwiayu, Menguak Permasalahn Perpajakan E-commerce di Indonesia dan Solusi Pemecahannya, *Jurnal, Akuntansi Bisnis Airlangga*, 2017.
- Paramita, C. (2018). Pengaruh Penggunaan Endorser Selebriti Nasional Dan Endorser Selebriti Global Dalam Iklan Pada Sikap Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 12(3), 284.  
<https://doi.org/10.19184/bisma.v12i3.8999>

- Putu, N., Oktapyani, A., Kekhususan, P., Administrasi, H., Hukum, F., & Udayana, U. (2018). Tinjauan Yuridis Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Kegiatan Endorsement Dalam Media Sosial. 1–15.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran produk. 214– 224.
- Rocha, P. L., Oliveira, Jo. H. C. de, & Giraldo, J. de M. E. (2018). Marketing Communication Via Celebrity Endorsement: an Integrative Review. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Rusni, Ariza, “Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktifitas Komunikasi One Day On Juz (ODOJ) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru”, Jurnal JOM Fisip, Vol. 3:1 April 2017
- Sri Damar Setiawan. (2018). Analisis Situasional Perusahaan Penyedia Layanan Broadband Di Era Bisnis Digital. *MIX:Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), 50– 72.
- Vikansari, N. P. S., & Parsa, I. W. (2019). Pengawasan pengenaan pajak penghasilan terhadap youtubers sebagai pelaku influencer di platform media sosial youtube. 1–15.
- Yusup, M., Rais, N. S. R., & Sari, Y. K. (2018). Representasi Pemasaran Melalui Majalah Mini Menggunakan Media Sosial Instagram. *Cerita*, 4(1), 63–75.
- Zakirah, D. M. A. (2018). Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). 1–21.