

Daftar Pustaka

- Abubakar, Rusydi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Alfabeta.
- Asri, Marwan. (1991). *Marketing*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN Cangara
- Atmoko, D, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta. Media Kita
- Brown, D, & Fiorella, S. (2013:195). *Influencer Marketing*. U.S Printing.
- Chua, A, Y & Banerjee, S. (2015). *Understanding Review Helpfulness as a Function of Review Depth*. *Journal of the Association for Information Science & Teqnology*, vol. 66, issue 2, 354-362
- Effendy, Onong Uchajana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta. Citra Aditya Bakti.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan pada PT BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2, Hal:81-120.
- Engel, et al. (1994). *Consumer Behavior Manson : Permissions Department : Thomson Business and economics*.
- Faadhilah, N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Beauty Vlogger* Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 7(1)
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghazali, I. (2010). *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang. Universitas Diponegoro Press
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United Stated. McGraw-Hill Companies.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Juditha, C. (2011). Hubungan Penggunaan Situs Jejaring *Social Facebook* Terhadap Perilaku Konsumen di Kota Makasar. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 13(1),1-23.

- Kasmir. (2009). *Manajemen Keuangan*. Jakarta. Kencana.
- Khammash, M. (2008). *Electronics Word-Of-Mouth: Antecedent of reading customer reviews in on-line opinion platforms : A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference.
- Kinner, Thomas C & Taylor, James R. (2005). *Riset Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. & Kevin, L, Keller. (2016). *Marketing Management 15th edition*. United State. Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Gramedia
- Kotler, Phillip T & Keller. (2012). *Marketing Management*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kurniasari, I. (2017). *Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea* (Bachelor's Thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kurniasih, R. A. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Media Instagram Wardah Beauty House Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Ampel Surabaya)*.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 139-154.
- Mangold, W G & Faulds, D J. (2009). *Sosial media : The new hybrid element of the promotions mix*. *businesses horizons*, 5,357-365
- Mileva, L., & Fauzi Dh, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 181-189.
- Mudambi, S, M & Schuff, D. (2010). *what makes a helpful review ? A study of customer reviewan on amazon.com*. *MIS quarterly* 34(1), 185-200
- Nisa, R. R. (2019). *Pengaruh Social Media Influencer dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza)*. *Jurnal Pendidikan Tinggi Tataniaga (Jptn)*, 7(2), 479-482.
- Philip, K & Amstrong, G. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Gramedia.

- Philip, K & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Pratama, I. A, Supatmo, S., & Nugrahani, R. (2017). Perancangan media komunikasi visual kampanye gemarikan (Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan) Dinas Kalautan dan Perikanan Provisi Jawa Tengah. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 6(2), 75-86.
- Priyatno, Duwi, 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Menggunakan Spss'20*. Yogyakarta. C.V Andi Offset.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan dan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alih bahasa Revyani Syahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta. Erlangga
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Porfitabel*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187-196.
- Solis, Brian. (2010). *The Complete Guide For Brandy & Businesses to Build, Cultivate & Measure Success In The New Web New Jersey*. Wiley
- Staton, W, J. (2008). *Manajemen Pemasaran*. New York. International Edition
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. ALFABETA
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press
- Sutanto, M, Adhelia & Aprianingsih, A. (2016) *The effect of online consumer review toward purchase intention : A study of premium cosmetics in Indonesia. Journal of International Conference on Ethics of business economics and social science*.
- Syam, D. P. M. (2019). Pengaruh *Beauty Vlogger* dan *Selebgram* Terhadap Keputusan *Customer* Dalam Membeli Kosmetik Wardah (Study Pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik Wardah Di Kampus Stie Nobel Indonesia Makassar) (Doctoral Dissertation).

- Syarif, M, Wasitaatmadja. (2007). Ilmu Penyakit Kulit dan Kelamin. Jakarta. Balai Penerbit FKUI
- Tjiptono, Fandy. (2005). Strategi Pemasaran. Jogjakarta. Andi Offset
- Triono, R, Agus. (2012). Pengambilan Keputusan Manajerial. Jakarta. Salemba Empat
- Tuwisna, T. (2019). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi Kasus Pada Pengguna Produk The Body Shop Di Banda Aceh). Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah, 8(2).
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity:A critical history of social media*. UK:Oxford University Press
- Widodo, & Marwandi. (2017). Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap *Source Characteristics* Serta Dampaknya Terhadap *Purchase Intention*. Jurnal Adminiatrasi Bisnis (JAB) 57 (1) : 63-69
- Wulan D, & Anwar, K. (2019). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Ms Glow Yang Bersertifikat Halal Di Surabaya. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 2(2).
- Zabid, A, R., Jainthy, N & Samsinar, M, D. (2002) *Perceptions of Advertising and celebrity endorsment in Malaysia*. *Asia Pasific Management Review*, 7(4).535-554

