

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Ayni, Mar'atul, Andi Triharyono dan Maria Magdalena Minarsih. 2015. Pengaruh Intensitas Penayangan Iklan, Harga, dan *Credibility Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Kosmetik Wardah. *Journal of Management*. Vol. 1(1):1-21.
- Ananda, A & Wandebori, H. 2016. "The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards purchase intention undergraduate students in Indonesia" *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 266-268
- Adryati Rosmaya dan Farida Indriani. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra merek dan Minat beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal of Management Diponogoro*. Vol. 6 No. 4
- Anggraeni, Rima Dwi; Pangestuti, Endriana dan Devita, Lussy Deasyana Rahma. 2018. Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli *Make Up Brand* Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.60 No. 1: 155-162.
- Antonia, WinadanHarrieLutfie. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan *Electronic Word of Mouth* Melalui Media *Beauty Vlog* YouTube terhadap Keputusan Pembelian Lipstick LA TULIPE Cosmetics pada Tahun 2018. *POAS* Vol. 4 No. 2
- Cnbc Indonesia.com. Survei: Pengguna Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa. Diakses pada tanggal 11 November 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa>
- Duyen, Tran Nhu My. 2016. *Beauty Bloggers' Influence on Vietnamese Young Consumers*. Thesis Degree Programme in International Business I, Saimaa University of Applied Sciences.
- Gozhali, Imam dan Latan, Hengky. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Undip.
- Husna Rahmatul dan Made Bayu Dirgantara. 2018. Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* di Media Sosial *Youtube* Terhadap Minat beli Produk Kosmetik Sariayu. *Jurnal of Management Diponogoro* Vol. 7 No. 3
- Id.priceprice.com. Mengenal Wardah dan Produk Kosmetik Terbaiknya. Diakses pada tanggal 18 Januari 2020.

<https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Mengenal-Wardah-dan-Produk-Kosmetik-Terbaiknya-6044/>

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran M.M. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi keduabelas. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Mutiara, Putu Nina Madiawati.2019. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing gel. POM Vol. 6 No. 1

Novita Sari, Muhammad Saputra, Jamaluddin Husein. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.Com.Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03. No.01

Restanti, Fenny Arti; Andriani Kusmawati dan Lusy Deasyana Rahma Devita.2019.Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap minat beli dan dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 68 No. 1

Prasetyo,Cahyo Bangun dan Andriani Kusmawati.2018. Pengaruh *Vlog* sebagai *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Analisis Bisnis Vol. 62 No. 1

Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA cv

Purnamasari, Desy dan Egy Yulianto. 2018. Analisis *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Oppo dengan *Brand Image* dan *Brand Trust* Sebagai Variabel Moderator. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 54 No. 1

Putranti, Honorata Ratnawati Dwi dan FX. Denny Pradana. 2015. Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 30 No. 1 ISSN:0854-1442

Rahmi, Y, Sekarasih, L & Sajabadhyni, B. 2016. *The influence of beauty vlog on perceived source credibility and purchase intention*.Makara Hubs- Asia, 21(1) : 13-23.

- Silvia, Cindy dan Nur Atnan. 2019. Pengaruh *Testimonial Review Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 ISSN: 2355-935
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria dan Kusumawati, Andriani.2018. Pengaruh *Youtube Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 63 No. 1: 187-196.
- Syafaruddin Z, Suharyono, Srikandi Kumadji. 2016. Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepercayaan (*Trust*) dan Niat Beli (*Purchase Intention*) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1
- Syakira, Syifa Nisrina, Nadya Novandriana Karina Moeliono. 2019. Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh *Beauty Vlogger* Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks. e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2 ISSN: 2355-9357
- Utami, Dian Wahyu. 2016. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Café Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung. Bandung: Jurnal Mahasiswa Universitas Telkom
- VIVA.co.id. Bukan Instagram, YouTube Jadi Medsos Paling Banyak Diakses.<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1173097-bukan-instagram-youtube-jadi-medsos-paling-banyak-diakses>
- Wardiani Annisa Kesuma. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada forum *online female daily* terhadap minat beli produk purbasari dikalangan remaja wanita. Jurnal of Management FISIP Vol. 4 No. 2
- Widodo, Wulan Deasy Puspita Sari dan Mawardi, M. Kholid.2017. Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap *Source Characteristic* Serta Dampaknya terhadap *Purchase Intention*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 47 No. 1: 63-69.