

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Suryana H dan Hidayat Rahmat. 2018. *The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention*. *International Journal of Accounting, Finance, and Economics* **1:1-6**.
- Andjarwati, Anik Lestari dan Dewi, Lady Arantxa Meiliana. 2019. Pengaruh *Beauty Vlog* terhadap *Purchase Intention* dan *Brand Awareness* Marina Hand & Body Lotion. *Jurnal Minds : Manajemen Ide dan Inspirasi* **Vol. 6 No. 1:1-18**.
- Anggraeni, Rima Dwi; Pangestuti, Edriana dan Devita, Lussy Deasyana Rahma. 2018. Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* **Vol. 60 No. 1:55-162**.
- Ansyah, Fery dan Abror. 2019. Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada Vendor terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Sikap Konsumen Toko Online Lazada di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* **Vol. 1 No. 1:46-58**.
- Anwar, Resa Nurlaela dan Afifah, Aulia. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online. *Jurnal Manajemen* **Vol. 9 No. 1:46-57**.
- Binalay, Andrew Gustnest; Mandey, Silvy I dan Mintardjo, Christoffel M. O. 2016. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli secara online. *JURNAL EMBA* **Vol. 4 No. 1:395-406**.
- Erida dan Rangkuti, Arisonang. 2017. *The Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention of Notebook with Discount Price As Moderating Variabel*. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)* **Vol. 1 No. 1:26-32**.
- Gozhali, Imam., dan Latan, Hengky. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip.
- Hutapea, Meiliana Mutiara Desmonda. 2016. Pengaruh *Vlogger* dan *Brand Image*: Survei Pengaruh *Beauty Vlogger* sebagai *Endorser* terhadap *Brand Image The Body Shop*. [Skripsi]. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lampengan, Pricilia; Massie D, James D; Roring, Ferdy. 2019. Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli

- Pengguna Online Shop Zalora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado. **Jurnal EMBA Vol. 7 No. 4:5693-5702.**
- Liputan6 2019. Industri Kosmetik Ditargetkan Tumbuh 9 persen (2019). Retrieved 18 Oktober 2019, from liputan6 Web site <https://m.liputan6.com>.
- Negara, A.A Ngurah Dianta Esa; Arifin, Zainul dan Nurala, Inggang Perwangsa. 2018. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 61 No. 2:202-209.**
- Nurdin, Sahidillah. Widjaja, Yani Restiana. Mustika, Riris. 2019. Dampak *Celebrity Endorser* dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Honda Beat. **Co-Management Vol. 1 No. 2:153-164.**
- Pixy 2019: Pixy. (2019) Retrieved 07 Oktober 2019. Web Site: <https://www.pixy.co.id>
- Putra, Bayu Anugerah Perdana Wijaya. 2017. *The Effect Of Trusk, And Web Design On Consumer Intention By Meaans Of Consumer Attitude to Purchase Online.* **Journal of Applied Management (JAM) Vol. 15 No. 3:472-479.**
- Prayogi, Slamet dan Santosa, Awan. 2019. *The Influence Of Product Quality, Prices and Promotions on Interest In Buying Sri Sulastris's Batik.* **e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol. 7 No. 1:9-17.**
- Priansa. Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen.* Bandung: Alfabeta.
- Rahmi, Yaumul; Sekarasih, Laras dan Sjabadhyni, Bertina. 2017. *The Influence of Beauty Vlog on Perceived Source Credibility and Purchase Intention.* **Makara Hubs-Asia Vol. 21 No. 1:13-23.**
- Sangjadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi.
- Sarah, Siti. Rachman, Adryan. Febrianti, Tri. (2019) *Pengaruh Fashion Lifestyle, Design, Dan Selebriti Endorser Terhadap Puchase Intention* studi pada UMKM Cibaduyut, Bandung. **Jurnal Indonesia Membangun Vol. 18 No.3:60-75.**
- Satria, Daniel Adhi dan Sidharta, Helena. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball.* **PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 2 No. 3:1-11**
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Iazar. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi Tujuh.* Jakarta barat: Indeks.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8.* Jakarta: Salemba Empat.

- Sinaga, Rumondang Eliza Maria dan Kusumawati, Andriani. 2018. Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian.. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) A Vol. 63 No.1:187-196.**
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Yogyakarta:ALFABETA.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: ANDI.
- Tambunan, Elisabet. 2019. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi pada Kosmetik Wardah. **Jurnal Ilmiah"INTEGRITAS" Vol. 5 No. 1:1-26.**
- Tilar, Florida; Lopian S.I.H.V.Joyee; Roring, Ferdy. 2018.Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi terhadap Minat pada pengguna Shoppe secara online pada anggota pemuda Gmm Zaitun Mahakeret. **JURNAL EMBA Vol. 6 No. 4:2028-2037.**
- Tjiptono, Fandy dan Candra (2017). Pemasaran Stratejik Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award : Tope Brand Index 2017 Fase 1. (2017): Retrieved 20 November, 2019, from Top Award Web Site : http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1: Top Brand 2017
- Top Brand Award : Tope Brand Index 2018 Fase 1. (2018): Retrieved 07 Oktober, 2019, from Top Award Web Site : http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1: Top Brand 2018
- Top Brand Award : Tope Brand Index 2019 Fase 1. (2019): Retrieved 07 Oktober, 2019, from Top Award Web Site : http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2019_fase_1: Top Brand 2019
- Widodo, Wulan Deasy Puspita Sari. 2017. Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap *Source Characteristics* serta dampaknya terhadap *Purchase Intention*. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 47 No. 1:63-69.**
- Zainuddin, Didi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli. **Jurnal Sosio e-Kons Vol. 10 N. :3: 220-227.**