

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). POPULASI DAN SAMPEL. In *Metode Penelitian Manajemen*.
- Bambang. (2012). *Instagram Hanbook*. PT. TransMedia.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Packaging, An integrated Marketing Communications Perspective*. 168.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Rajawali Pers.
- Neuman, W. L. (2011). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Pearson Education*.
- Noor, D. J. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah. In *Perpustakaan Nasional*.
- Prasetyadi, A. E. (2011). *Web 3.0: Teknologi Web Masa Depan*. 1(3), 1–6.
- Sarwono, S. W. (2011). Psikologi Remaja Edisi Revisi. In *Psikologi Remaja*. Rajawali Pers.
- Siregar, S. (2018). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sujianto, A. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta :Prestasi Pustaka Publisher.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Afriluyanto, T. R. (2018). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 184–197. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1365>
- Amirullah. (2015). POPULASI DAN SAMPEL. In *Metode Penelitian Manajemen*.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. PT Elex Media Komputindo.
- Bambang. (2012). *Instagram Hanbook*. PT. TransMedia.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Packaging, An integrated Marketing Communications Perspective*. 168.

- dibilang-tak-cantik-beauty-vlogger-hanum-mega-disumpahi-mati @
www.suara.com. (n.d.).
<https://www.suara.com/entertainment/2020/10/02/103722/dibilang-tak-cantik-beauty-vlogger-hanum-mega-disumpahi-mati?page=all>
- Doni, rohma F. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9(2), 16–23.
- Dyanasari, & Harwiki, W. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Rajawali Pers.
- hanum-mega-ajak-perempuan-memulai-karier-di-dunia-kecantikan-lewat-program-meaningful @ m.fimela.com. (n.d.).
<https://m.fimela.com/beauty/read/4310806/hanum-mega-ajak-perempuan-memulai-karier-di-dunia-kecantikan-lewat-program-meaningful>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Larasati, R. A. (2020). Pola Konsumsi Mahasiswa Pulang Kampung Dan Masyarakat Pada Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung. *Jambura Economic Education Journal*, 2(2), 90–99. <https://doi.org/10.37479/jeej.v2i2.6840>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Neuman, W. L. (2011). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Pearson Education*.
- Nielsen.com. (2020). *COVID 19 DAN DAMPAKNYA PADA TREN KONSUMSI MEDIA*. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>
- Noor, D. J. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah. In *Perpustakaan Nasional*.
- Prasetiadi, A. E. (2011). *Web 3.0: Teknologi Web Masa Depan*. 1(3), 1–6.
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen

- Windows Phone Nokia di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- Rebelo, M. (2017). *How influencers' credibility on Instagram is perceived by consumers and its impact on purchase intention, Masters' Thesis*. May, 1–92. [https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23360/1/TESE_FINAL PDF.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23360/1/TESE_FINAL_PDF.pdf)
- Sarwono, S. W. (2011). Psikologi Remaja Edisi Revisi. In *Psikologi Remaja*. Rajawali Pers. <https://doi.org/10.1108/09513551011032482>. Bastian
- Setiadi, N. J. (2019). *PERILAKU KONSUMEN (Perspektif kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Prenadamedia Group.
- Silalahi, U. (2018). *METODOLOGI ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI HASIL*. PT Refika Aditama.
- sirclo, com. (n.d.). *Bagaimana Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Selama Pandemi COVID - 19?* <https://www.sirclo.com/bagaimana-perubahan-pola-konsumsi-masyarakat-indonesia-selama-pandemi-covid-19/>
- Siregar, S. (2018). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sujianto, A. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Prestasi Pustaka Publisher.
- Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., & Henny, C. (2020). Belanja on-line mahasiswa di era pandemi covid-19: modifikasi perilaku konsumen. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6450>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Widiastuti, T. (2019). *Teenage Perception Towards the Role of Beauty Vlogger in the Effort To*.
- Yasmin. (2020). *Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kecantikan (Survei Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- YÜKSEL, H. F. (2016). Factors Affecting Purchase Intention in Youtube Videos.

Youtube Videolarında Satın Al Niyetini Etkileyen Faktörler., 11(2), 33–47.

<http://0->

[search.ebscohost.com.lib.utep.edu/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=126227094&site=ehost-live&scope=site](http://search.ebscohost.com/lib.utep.edu/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=126227094&site=ehost-live&scope=site)

ZAP Clinic Index, & MarkpPlus. (2020). ZAP Beauty Index 2020. *Zap Clinic Index*, 1–36. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). the Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>

Sumber lain :

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/survei>

Mustafa Iman. (2020, June 14). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial.* Good News From Indonesia; Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

Covid-19 dan dampaknya pada tren konsumsi media. (2020, March 22). Nielsen.com. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>

Bagaimana Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Selama Pandemi COVID-19? - SIRCLO. (2020, August 21). SIRCLO. <https://www.sirclo.com/bagaimana-perubahan-pola-konsumsi-masyarakat-indonesia-selama-pandemi-covid-19/>

achbarfariqy. (2020, October 9). *Perubahan Perilaku Konsumen saat Pandemi COVID-19.* Viva.Co.Id; VIVA. <https://www.viva.co.id/vstory/lainnya-vstory/1310455-perubahan-perilaku-konsumen-saat-pandemi-covid-19>

ZAP Clinic Index, & MarkpPlus. (2020). ZAP Beauty Index 2020. *Zap Clinic*

Index, 1–36. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>

Siim Säinas. (2019, February 3). *[RESEARCH] Engagement Rate of Top 200 Indonesian Influencers is 4.62%: BrandHero*. BrandHero. <https://brandhero.co/2019/02/03/new-research-engagement-rate-of-top-200-indonesian-influencers-is-4-62/>

(Hanum-Mega-Ajak-Perempuan-Memulai-Karier-Di-Dunia-Kecantikan-Lewat-Program-Meaningful @ m.Fimela.Com, n.d.)