

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Azwar, S. (2011). Sikap manusia: teori & pengukurannya. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. The McGraw– Hill.
- Bungin, B. (2013). Metodologi penelitian sosial dan ekonomi. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., Sos, S., Indrayani, I. I., & SIP, M. S. (2020). *Komunikasi Massa*. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Pemasaran. *Jakarta: PT. Salemba Empat*.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2017). Pengantar ilmu komunikasi. *Bandung, Remaja Rosdakarya*.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Sugiyono, P. (2011). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Surjaweni, W. W. (2014). Metodologi Penelitian. *Yogyakarta: PT Pustaka Baru*.
- Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset*.

## **Jurnal :**

- Adiyanto, M. W., & Nugroho, C. (2018). Pengaruh Terpaan Tayangan Review Otomotif Di Youtube Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Otomotif Subscribers (analisa Pemenuhan Kebutuhan Informasi Otomotif Subscribers Autonetmagz Pada Video Komparasi 4 Suv). *EProceedings of Management*, 5(1).
- Aini, N., Nanda, S. E., Ilmu, F., Gunadarma, K., & Barat, J. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “ Gadget in ” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Jurnal Ciptura*, 9(2), 43–50. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards purchase intention by undergraduate students in Indonesia. *ICEBESS (International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science) Proceeding*, 1, 264–273. [https://eprints.uny.ac.id/41794/1/22\\_Azka\\_Faranisa\\_Ananda.pdf](https://eprints.uny.ac.id/41794/1/22_Azka_Faranisa_Ananda.pdf) (accessed 13 July 2020)
- Eliza, R., Sinaga, 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 (JAB)/Vol*, 63(1), 187–196. [www.pixability.com](http://www.pixability.com)
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2017). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 259–272.
- Faulina, M. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Tutorial Review Make Up Di Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Riau. *Jom FISIP*, 6(1), 1–15.
- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Online Consumer Review Oleh

Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 1–9.

Gadalla, E., Liu, R., Martin, F., & Supatchaya, N. T. (2019). Persuasive or Not?: The Effect of Social Media Influencer's Credibility on Consumer Processing and Purchase Intention. *British Academy of Management 2019 Conference*.

Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). *Journal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>

Lee, S. (2009). How do online reviews affect purchasing intention? *African Journal of Business Management*, 3(10), 576–581.  
<https://doi.org/10.5897/AJBM09.204>

Maulya, M., & Setyabudi, D. (n.d.). Tokopedia Di Instagram Dan Tingkat Popularitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen di Tokopedia Abstrak. *Pengaruh Intensitas Menonton Story Promosi Endorsement Tokopedia Di Instagram Dan Tingkat Popularitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia*.

Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Standar Kinerja Supervisor Pada Housekeeping Departement Di Grand Jatra Hotel Pekanbaru*, 4(2), 1–15.

Pusparisa, Y. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>

Rachmaningrum, A. P. (2017). *Pengaruh Online Video Review Terhadap Minat Beli Subscriber Abel Cantika*. Universitas Brawijaya.

Satria, H. W. (2018). Studi Observasi terhadap Penggunaan Aplikasi LINE oleh Generasi Millennial. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(1), 32–40. <https://doi.org/10.7454/jsht.v1i1.33>

Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premiumcosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics OfBusiness, Economics, and Social Science*, 53(2), 1689–1699. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346%0Ahttp://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2548%0Ahttp://teknonisme.com>

Teo, L. X., Leng, H. K., & Phua, Y. X. P. (2019). Marketing on Instagram: Social influence and image quality on perception of quality and purchase intention. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2), 321–332. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2018-0028>

#### **Website :**

Azmil, F. (2013). *Sejarah Singkat Youtube, Situs Video Sharing Terbesar*. Www.Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html#:~:text=Situs Youtube didirikan oleh mantan,situs ini diunggah oleh individu.>

Datareportal.com. (2020). *DIGITAL 2020: INDONESIA*. <https://Datareportal.Com/>. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Fida, A. (2020). Oppo Jadi Penguasa Pasar HP Indonesia di Q3 2020. <https://inet.detik.com/>. <https://inet.detik.com/business/d-5248191/oppo->

jadi-penguasa-pasar-hp-indonesia-di-q3-2020

Goenawan, A. (2018). *Minat Belanja Ponsel Konsumen Indonesia Naik*. Www.Kompas.Com. <https://inet.detik.com/consumer/d-4015705/minat-belanja-ponsel-konsumen-indonesia-naik>

Jamilah, A. (2020). *Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025*. Www.Goodnewsfromindonesia.Id. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>

Mahany, A. T. (2015). *15 Rahasia fitur Youtube dan cara menggunakannya, sudah pernah coba?* Www.Brilio.Net. <https://www.brilio.net/life/15-rahasia-fitur-youtube-dan-cara-menggunakannya-sudah-pernah-coba-1512137.html>

Pusparisa, Y. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>