

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, M. (1987). *Advertising Management*. California, USA: Pearson Education.
- Agustiara R, O. M. (2019). Effect of Beauty Vlogger Testimonial Review on Consumer Interest Viewers on Cosmetic Products. *Journal JOBS* , 149-154.
- Arista L, & Lasmana, H. (2019). Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan di Youtube dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. 26-34.
- David A.Aaker, J. G. (1987). *Advertising Management*. California, USA: Pearson Education.
- Dirgantara B, W. T. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal Studi Manajemen*, 4-12.
- Efendi, J. (2016). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok, Jawa Barat: PRENADA MEDIA GROUP.
- Febriani M, Y. 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*, 1-9.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, & Mixed Method*. Kuningan, Jawa Barat: Hidayatul Quran Kuningan.
- Husna R, & Dirgantara. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Media Sosial YouTube Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Sariayu. *Diponegoro Journal of Management*. 1–15.
- Jayani, D.H. (2020, Februari 26). 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia. Retrieved from We Are Social, Hootsuite (2020): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kotler, K. d. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.

- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Media.
- Mardhiyana D, & Nasution N.B. (2018). Kesiapan Mahasiswa Pendidikan Matematika Menggunakan E-Learning dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Seminar Nasional Pendidikan Matematika Ahmad Dahlan 2018. 31–35.
- Morissan. (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurdin, I. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya, Jawa Timur: Media Sahabat Cendekia.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rukajat, D. A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Sleman, Yogyakarta: DEEP PUBLISH.
- Ruslan, R. (2008). Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. 189.
- Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, d. K. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia Analisis Perencanaan.
- Schiffmann, K. L. (2010). *Consumer Behaviour*. Singapore: Prentice Hall International.
- Silvia C, & Atnan N. (2019). Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Slamet, E. Y. (2017). *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, E. (2018). *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Sleman, Yogyakarta: DEEPUBLISH, CV BUDI UTAMA.

- Supriyanto, E. (2018). *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Sleman, Yogyakarta: DEEPUBLISH, CV BUDI UTAMA.
- Sutanto, A. A. (2016). The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention. *A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. Journal International Conference on Ethics of Bussiness, Economics, and Social Science*, 218.
- Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syauki W, A. D. (2020). Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare pada Perempuan Milenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 44-45.
- Wahyuni, H. I. (2013). . *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Waluyo L, N. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital UPN Veteran Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 164.
- Wanddebori, H. (2016). The Impact of Drugstore Makeup Products Rreview by Beauty Vlogger on Youtube towards Purchase Intention. *Journal International Conference of Bussiness, Economics, and Social Science*, 266.