

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Iful. 2015 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Stiesia : Surabaya
- Basu Swastha dan Irawan. 2005, Asas-asas Marketinf, Liberty, Yogyakarta.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Erkgangga.
- Kotler, Philip, 2007. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip, Amstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Keller, Kevin Lane. 2008. Strategic Brand Management : Person International Edition.
- Prabowo, Yanuar Widi. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.14, no.2, hal 2-3.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Manajemen . Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Salemba Empat, 2104. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi edisi 8, Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE.

SKRIPSI:

- Khusni, Umul, 2012 “Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek PIXY (Studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau)” Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, UIN Suska Riau
- Najihan, Nur, Rafika, Tien. 2017 “Efektifitas Beauty Vlogger Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan (Survey pada pengunjung video Youtube Wardah One Brand Makeup)”. Fakultas Ilmu Sosial san Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Rumondang, Eliza, Sinaga 2018 “Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap MInat Beli Konsumen dan dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada pengguna kosemtik Maybelline di Indonesia)”. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya

Rima, Edrian, Lussi, 2018 “Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap MInat Beli Make Up Brand Lokal (Survey pada peminat kosmetik LT Pro yang Dipengaruhi oleh Video Vlog ini Vindy di Kota Malang)”. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Yunita Sari, Nina, 2017 “Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Celebrity Endorser Terhadap MInat Niat Dengan Asosiasi Merek Sebagai Intervening Variable”. Fakultas Ekonomi Universitas Shanata Dharma Yogyakarta

Online:

<https://www.utopiccomputers.com/>, diakses pada tanggal 26 Oktober 2018

<https://www.youtube.com/user/suhay12>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2018

<https://www.instagram.com/suhaysalim/>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2018

<http://pixy.co.id/>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2018

Indonesia Economic Forum. 2017. Most Active Social Media Platforms In Indonesia. Diakses pada 24 September 2017 melalui <http://indonesiaeconomicforum.com/article/infografic/most-active-social-mediaplatforms-in-indonesia-1>