

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P & Keller, KL. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & B. Bandung:Penerbit Alfabeta
- Sanusi Anwar, 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Situmorang, S. H. 2017. Riset Pemasaran. Medan: USU Press
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D. Bandung. Penerbit Erlangga
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian: Kuantitatif,Kualitatif,dan Mix Method. Depok. Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Agustiara, R., Okatini, M. and Jumhur, A. A. (2019) 'Effect Of Beauty Vlogger Testimonial (Review) On Consumer Interest (Viewers) On Cosmetic Products', Jurnal JOBS, Vol. 5, No. 2, Des. 2019. pISSN:2461-0704, eISSN: 2467-8790 <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs> Business Administration Department, Polines, 5(2), pp. 149–156.
- Ananda, A. F. and Wandebori, H. (2016) 'the Impact of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase', International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, pp. 264–273.
- Dwi, R. et al. (2018) 'Pengaruh Endorsement Beuty Vloger terhadap Minat beli Make Up Brand Lokal (Survey pada Peminat Kosmetik LT Pro yang

Dipengaruhi oleh Video Vlog Ini Vindy di Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 60(1), pp. 155–162. Available at: <http://www.indonesiaeconomicforum.com>.

Xiao, M., Wang, R. and Chan-Olmsted, S. (2018) 'Factors affecting YouTube influencer marketing credibility: a heuristic-systematic model', *Journal of Media Business Studies*. Routledge, 15(3), pp. 188–213. doi: 10.1080/16522354.2018.1501146.

Eliza, R., Sinaga, M. and 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), pp. 187–196. Available at: www.pixability.com.

Natasha Citra Wijaya, Amelia Sidik, dan F. G. (2010) 'Efektivitas Iklan Makeup Merek Maybelline Pada Vlog Abel Cantika di YouTube', *Jurnal E - komunikasi*, 6(2).

Lee, J. E. and Watkins, B. (2016) 'YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions', *Journal of Business Research*. Elsevier Inc., 69(12), pp. 5753–5760. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.171.

itrahadini, F., Sumarwan, U. and Nurmalina, R. (2010) 'Analisis Persepsi Konsumen terhadap Ekuitas Merek Produk Es Krim', *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 3(1), pp. 74–81. doi: 10.24156/jikk.2010.3.1.74.

Thio, S. (2012) 'Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Surabaya', *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(1), pp. 18–27. doi: 10.9744/jmp.4.1.18-27.

Santoso, I., Mulyarto, A. R. and Maharani, S. (2011) 'Persepsi konsumen terhadap kualitas bakpao telo dengan metode importance performance analysis', *Jurnal Teknologi Pertanian*, 12(1), pp. 23–30.

Ahmadi, A. Y., Syahlani, S. P. and Haryadi, F. T. (2010) 'PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK PADA SIKAP TERHADAP PRODUK DAN NIAT PEMBELIAN ULANG : Studi Empirik Pengambilan Keputusan pada Kategori Produk Daging Olahan Beku', *Buletin Peternakan*, 34(2), pp. 131–137.

Huriartanto, A., Hamid, D. and Shanti, P. (2015) 'PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT (Survei Pada Konsumen Terminal Tiket Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 28(1), pp. 158–166.

Widjaja, A. and Kunto, Y. (2014) 'Analisa persepsi konsumen tentang atribut produk AMDK', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), pp. 1–8.

Winata, A. *et al.* (2017) 'Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap', *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAN AKADEMIK (SISKA) IIB DARMAJAYA Andri*, 03(01), p. 1 of 16.