

## DAFTAR PUSTAKA

Ananda, A & Wandebori, H. 2016. "The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards purchase intention undergraduate students in Indonesia" International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, 266-268.

Choi, G.Y. & Behm-Morawitz, E. 2017. Giving a new makeover to STEAM: *Establishing youtube beauty gurus as digital literacy educators through messages and effects on viewers, Computers in Human Behavior, 73* : 80-91.

Bungin, M. Burhan.2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group

S. Wirawan.2002. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 23.

Widodo & Mawardi. 2017. Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47 (1) : 63-69.

Yudrik Jahja.2011. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta:Kencana, hlm. 219.

## SKRIPSI

Murti,Siska Kurnia. 2003. *Presepsi Remaja Putri Terhadap Penayangan Iklan Kosmetika Di Televisi*. Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Bogor.

Nuzhatul wardiyah. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Di Social Media Youtube Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswa Mercu Buana*. Skripsi. Jurusan Psikologi Universitas Mercu Buana.

Rizkia Amini .2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Kosmetik Endorsment Oleh Beauty Vlogger*.Skripsi. Jurusan Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

## **JURNAL**

[ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia](http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia)

E-Jurnal *journal of business managemen and economics*, minat beli kotler,  
Academia.edu

E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 10, 2017: 5580-5606