

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Anas, Sudijono. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Andi, Supangat. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Interensi, Dan Non Parametrik*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Arista, Yohana. "Pengaruh Tutorial Kecantikan Di Youtube Terhadap Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Wanita." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.
- Budiargo, Dian. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Burgess, Jean, dan Joshua Green. *Digital Media and Society Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Polity press, 2009.
- Faiqah, Fatty, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5 (2016).
- Fischer. "Makeup, Youtube, dan Amateur Media in the Twenty-First Century," 2014.
- Harahap, Dedy Ansari. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan." *Jurnal Keuangan*

*dan Bisnis* 7 (2015).

Huddleston, Patricia, dan Stella Minahan. *Consumer Behavior : women and shopping*. New York: Business Expert Press, 2011.

Iroso. "Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital," 2020.

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker).

Juliarty, Dinda Anisa. "Perilaku Konsumsi Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswa Laki - Laki UNSOED," 2019.

Kawatak, Ivana Theresia. "Pengaruh Beauty Vlogger Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan" 8, no. 5 (2019): 55.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2016.

L, Media. *Youtube & Google Video: Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2009.

Mawardi, Widodo &. "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2017.

Mecadinisa, Nabila. "Kosmetik di Indonesia Pasca Covid-19," 2021.

<https://www.fimela.com/beauty/read/4578615/melihat-perkembangan-industri-kosmetik-di-indonesia-pasca-covid-19>.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

- Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- . *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- . *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suharso, Puguh. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Sutanto, Atik Aprianingsih, dan Monica Adhelia. “The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia.” *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 2016.
- Swasty, Poundra Ratu. *New Media, New Audien - New Media dan Kemunculan Spesies Baru Audien: Rekonseptualisasi Audien di Era Media Digital*. Surakarta: Lindu Pustaka, 2011.
- Tirmizi, M. H. “An Empirizal Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets.” *European Journal of Scientific Research* 28 (2009).