

DAFTAR PUSTAKA

- Prasetyo , C. B., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Vlog Sebagai Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen yang Menonton Video Youtube Channel “Faris Kota Malang” pada Kuliner Malang).
- Ananda, & Wandebori. (2016). The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards purchase intention. 266-268.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaovalit, P. (2014). “Actors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Thailand: A Study On The Relationship Of Credibility and Reputation With.
- Dirgantara, D. (2020). Pengaruh Konten Review Product oleh Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Minat Beli Produk pada Biduan di Pandaan .
- Dyanita, A. N. (2019). Pengaruh Channel Youtube @ARIEFMUHAMMAD Sebagai Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Erigo.
- Ernalemta, S. K. (2020). Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Brand Some BY MI (Studi Kasus pada Video Review Beauty Vlogger Suhay Salim).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen :Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Foss, K. A., & Littlejohn, S. W. (2014). *Theoris Of Human Communication Terjemahan Oleh Mohammad Yusuf Hamdan*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. E., & dkk. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling {PLS-SEM}*. California, USA: SAGE Publications, Inc.
- Hidayati, N., & Yuliani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek, dan Label Halal terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah.
- Husna, R., & Dirgantara, I. B. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Youtube terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Sariayu.
- Ishak, A. (2008). *Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap*.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Malhotra, N. K. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation 7th Edition*. India: Pearson India Education Services.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>, 126.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, A. F., & Amanda, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Youtube Sebagai Social Media Marketing Go-jek dalam Mempengaruhi Minat Beli dan Loyalitas terhadap Brand.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3.
- Sayugi. (2018, September 14). *Content Creator, Apa sih artinya?* From GRProject:<https://grproject.tech/2018/02/14/content-creator-apa-sihartinya/>.

- Shimp, A., Terence, Craig, J., & Andrews. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. All Right Reserved: Cengage Learning.
- Sinaga, R. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Mnat Beli Konsumen dan Dampakya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia).
- Siregar, A., & Abubakar. (2010). Kualitas Pelayanan Penyuluh Pertanian dan Kepuasan Petani. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 5.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wulandari, P. A. (2021). Pengaruh Videoblog Makeup Tutorial Pada Youtube terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSU.