

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, Saifuddin. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Gulo, W. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: Mc Graw Hill.
- Hajli, Nick. (2015). *Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing*. United States of America: IGI Global.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2015). *Marketing Management*. Edisi 15. United States: Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Robertson, Mark. (2018). *Instagram Marketing: How to Grow Your Instagram Page and Gain Millions of Followers Quickly with Step-by-Step Social Media Marketing Strategies*. California: Creatspace.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior: Global Edition*. New Jersey: Pearson.
- Shimp, Terence A., & Andrews, J. Craig. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. 9th edition. United States: Cengage Learning.
- Soemanagara, Rd. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Abu-Ramman, As'ad H., & Al Hadid, Anas Y., (2014). *Review of Integrative Business & Economics Research. The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. Vol. 3. No. 1. Diakses pada 24 Februari 2020. https://sibresearch.org/uploads/2/7/9/9/2799227/riber_k14-167_315-326.pdf
- Intan, L.K., Setyorini, H. P. D., & Masharyono. (2016). *Journal of Gastronomy Tourism*. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. Vol. 3 No. 1. Diakses pada 20 Februari 2020. <https://ejournal.upi.edu/index.php/gastur/article/view/3626/2591>.
- Imran, Hasyim Ali. (2013). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Fenomena Komunikasi dan Ilmu Komunikasi (Telaah Filsafat Ilmu Berbasis Elemen Epistemologi). Vol. 17, No. 2. Diakses pada 8 Maret 2020. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/download/170207/113>.
- Kim, Angella. J., & Ko, Eunjo. (2011) *Journal of Business Research*. *Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand*. Diakses pada 24 Februari 2020. <https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>.
- Kurniawati, Dewi & Arifin, Nugraha. (2015). *Jurnal Simbolika*. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. Vol. 1 No. 2. Diakses pada 17 Februari 2020. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/200/162>.

Skripsi

- Darban, Ayla & Li, Wei. (2012). *The Impact of Online Social Networks on Consumer's Purchasing Decision*. Diakses pada 20 Februari 2020. <http://diva-portal.org/smash/get/diva2:532049/FULLTEXT02>.
- Paquettee, Holly. (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*. Diakses pada 21 Februari 2020. https://digitalcommons.uri.edu/tmd_major_papers/2/
- Rahmi, Suci F. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Distro Flashy. Diakses pada 21 Februari 2020. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/94787>.

Online

- Bohang, Fatimah, K. (2018). Juni 2018, Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar. *Kompas.com*. Diakses pada 17 Februari 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>.
- Corinna, Arlinda N. (2019). 5 Rekomendasi Skincare yang Ramah Lingkungan dan Berbahan Organik. *IDNTimes.com*. Diakses pada 20 Februari 2020. <https://www.idntimes.com/life/women/arlinda-nidia-corinna-1/skincare-yang-ramah-lingkungan-berbahan-organik/full>.
- Kemenperin. (2018). Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. *Kemenperin.go.id*. Diakses pada 18 Februari 2020.

- <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-2018>.
- Nielsen. (2018). *Millenials on Millenials*. Diakses pada 13 Maret 2020. <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/millennials-on-millennials-shopping-insights-report.pdf>.
- Nielsen. (2019). *GEN Z SUSTAINABLE CONSUMERS GO DIGITAL—AND USE ACTIVISM TO SHAPE A SMARTER MARKET*. Diakses pada 13 Maret 2020. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/gen-z-sustainable-consumers-go-digital-and-use-activism-to-shape-a-smarter-market/>.
- Olenski, Steve. (2012). *Are Brands Wielding More Influence In Social Media Than We Thought?*. *Forbes.com*. Diakses pada 24 Februari 2020. <https://www.forbes.com/sites/marketshare/2012/05/07/are-brands-wielding-more-influence-in-social-media-than-we-thought/#59f045d271e1>.
- Prima, Vincensia. (2019). Kecantikan dan Perempuan dalam Jerat Budaya Konsumtif. *Kompasiana.com*. Diakses pada 17 Februari 2020. <https://www.kompasiana.com/vincensia prima/5ce5b8696b07c53356707814/kecantikan-dan-perempuan-dalam-jerat-budaya-konsumtif?page=all>.
- Setyowati, Desy (2018) Pengguna Internet Indonesia Paling Suka Chatting dan Media Sosial. *Katadata.co.id*. Diakses pada 20 Mei 2020. <https://katadata.co.id/berita/2018/02/19/pengguna-internet-indonesia-paling-suka-chatting-dan-media-sosial>
- Triwijanarko, Ramadhan. (2019). Social Bella Ingin Integrasikan Industri Kecantikan di Indonesia. *Marketeers.com*. Diakses pada 18 Februari 2020. <https://marketeers.com/social-bella-ingin-integrasikan-industri-kecantikan-di-indonesia/>.
- Unilever. (2019). Lakukan kampanye *small acts of love* untuk Kecantikan Diri dan Planet Bumi. *Unilever.co.id*. Diakses pada 20 Februari 2020. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2019/love-beauty-and-planet-ajak-beauty-enthusiasts.html>.
- We Are Social. (2019). *Digital in 2019*. Diakses pada 17 Februari 2020. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.