



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abidin, Yusuf Z. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Little John, E.L. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Duncan, Tom. 2005. *Principle Of Advertising and IMC, International Edition*. New York: McGrawHill.
- Fiddler, Roger. 2003. *Mediamorfosis*. Yohya: Bentang Budaya.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20, Edisi 6*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juju dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion With Social Network*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Keller, K. L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Leonardi, Husyman, dan Steinfeld. 2013. *Enterprise Social Media; Affordances; Organizing; Technology Use; Social Networking; Workplace; Communication*. International Communication Association
- Little John Stephen W., Foss Karen A., 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Dennis. 1997. *Audience Analysis*. London: SAGE Publications, Inc.
- Miller, Michael. 2011. *Youtube For Business*. USA: Que Publishing.
- Mudambi, S. M. & Schuff, D. 2010. *What Makes a Helpful Online Review? A Study of Customer Reviews on Amazon.com*. MIS Quarterly.
- Phillip, David. Young, Phillip. 2009. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*. London: Kogan Page.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Safko, Lon. 2012. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success Third Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.
- Sugiyama, Kotaro & Tim Andree. 2011. *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from The World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Surachman, S.A. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumuedia

### **Jurnal**

- Leonardi, Husyman, dan Steinfeld. 2013. *Enterprise Social Media; Affordances; Organizing; Technology Use; Social Networking; Workplace; Communication*. International Communication Association
- Plummer, J. 2007. *Editorial: Word of Mouth—A New Advertising Discipline?*. Journal of Advertising Research
- Shan, Y. 2016. *How Credible Are Online Product Reviews? The Effects Of Self-Generated And System-Generated Cues On Source Credibility Evaluation*. Computers in Human Behavior.
- Xu, P., Chen, L., & Santhanam, R. 2015. *Will Video Be The Next Generation Of E-Commerce Product Reviews?* Presentation format and the role of product type. Decision Support Systems

### **Skripsi**

- Suwandy, Amelia. 2015. *Pengaruh Fashion Blogger Elissa Yamada di Instagram terhadap Gaya Berpakaian Remaja Putri di Jakarta*. Jakarta: London School of Public Relations.
- Hutapea, Meiliana Mutiara Desmonda. 2016. *Beauty Vlogger dan Brand Image (Survei Pengaruh Beauty Vlogger sebagai Endorser terhadap Brand Image Produk The Body Shop*. Yogya: Universitas Gadjah Mada. Diakses pada 8 Mei 2017.  
[http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=opac&sub=Opac&act=view&typ=html&perpus\\_id=&perpus=1&searchstring=beauty%20vlogger&self=1&op=review](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=opac&sub=Opac&act=view&typ=html&perpus_id=&perpus=1&searchstring=beauty%20vlogger&self=1&op=review)

### **Internet**

Technicasia.com. 2016. "Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016". Diakses pada 20 April 2017.

<<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>>

Kamus Bahasa Indonesia. 2017. Diakses pada 2 Mei 2017.

[www.kamusbahasaindonesia.org](http://www.kamusbahasaindonesia.org)

Liputan6.com. 2016. "3 Media Sosial Favorit Pengguna Internet Indonesia".

Diakses pada 20 April 2017. <<http://tekno.liputan6.com/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>>

Swa.co.id. 2016. Diakses pada 22 April 2017.

<<http://swa.co.id/swa/business-strategy/wow-indonesia-pasar-pertumbuhan-utama-industri-kecantikan-asean>>

Fimela.com. 2016. Diakses pada 22 April 2017.

< <https://www.fimela.com/beauty-health/on-trend-5-lipstik-nude-favorit-dari-brand-lokal-160922z.html>>

### **Sumber Informasi**

[www.mizzucosmetics.com](http://www.mizzucosmetics.com)

[www.forlap.ristekdikti.go.id](http://www.forlap.ristekdikti.go.id)

[www.random.org](http://www.random.org)