

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lidiya, dkk. 2018. “*Online Review: indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*. Jurnal Ilmu komunikasi. Vol 15. No. 2. Desember 2018.
- Ananda, A.F. & Wandebori, H. 2016 *The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards purchase intention by undergraduate students in Indonesia*
- Ananda, Azka Faranisa dan Harimukti Wandebori. 2016. *The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia*. *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*. School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung.
- Anggraeni, Rima Dwi, dkk. 2018. Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli *Make Up Brand* Lokal (Survei Pada Peminat Kosmetik LT Pro yang dipengaruhi oleh Video Vlog ini Vindy di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 60. No 1. Juli 2018.
- Auliya, Zakky Fahma, dkk. 2017. *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Barupada Pemasaran Online di Indonesia*. *Jurnal EBBAK*. Vol. 8 No. 1. Hal. 89-98. Juni 2017.
- Fergian, Yandy. 2018. Pengaruh *Online Review* dalam *Tripadvisor* terhadap Keputusan Menginap Pengunjung pada *Swiss-BelHotel Borneo* di Samarinda. *e-Journal Administrasi Bisnis*. Vol. 6. No. 2. 2018.
- Farki, Ahmad, dkk. 2016. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*. Vol. 5. No 2. 2016.
- Febriana, Mitha, dkk. 2018. Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang membeli dan menggunakan Purbasari Matte Lipstik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 58. No. 1. Mei 2018.
- Ichsan, Masyita, dkk. 2018. Pengaruh *Consumer Online Rating and Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada *Marketplace Tokopedia* di Wilayah Jakarta. *Jurnal e-proceeding of Management*. Vol 5. No. 2. Agustus 2018.

- Islam, M. *et al.*, 2014. *Customer Perceptions in Buying Decision Towards Branded Bangladeshi Local Apparel Products. European Scientific Journal*, 10(7), pp.482–497
- Kanita, Althaf Revi, dkk. 2018. Pengaruh *Country of Origin* dan *Online Consumer Review* terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk *Oppo Smartphone*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 60. No. 1. Agustus 2018.
- Kannaiah, R.S.D., 2015. *Consumers' Perception on Online Shopping. Journal of Marketing and Consumer Research*, 13(2), pp.14–21. Available at: http://researchonline.jcu.edu.au/39753/1/Dr_Desti_Consumers_perception_on_Online_Shopping.pdf.
- Kelman, H. 1961. *Processes of Opinion Change. Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta :Indeks Kelompok Gramedia
- Putra, Surya Aditya Widya, dkk. 2016. Pengaruh *Online Reviews* terhadap *Online Hotel Booking Intentions* pada *Online Travel Agent* Lokal. Seminar Nasional Cendekiawan. 2016.
- Prasetyo, CahyoBangun, dkk. 2018. Pengaruh *Vlog* Sebagai *Electronicword of Mouth* terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen yang Menonton Video *Youtube Channel "Faris Kota Malang"* pada Kuliner Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 62. No. 1. September 2018.
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Saxena, A. 2011. *Blogs and Their Impact on Purchase Intention: Structural Equation Modelling Approach. Paradigm*, Vol. XV, No. 1&2.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen Edisi ketujuh*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U. & Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
-

Sinaga, Rumondang Eliza Maria, dkk. Pengaruh *Youtube Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampak terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada pengguna Kosmetik *Maybelline* di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 63. No. 1. Oktober 2018.

Solimun. (2002). *Structural Equation Modeling Lisrel* dan Amos. Malang: Fakultas Mipa Universitas Brawijaya Malang.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabeta.

Widodo, Wulan Deasy Puspita Sari, dkk. 2017S. Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap *Source Characteristics* serta Dampaknya terhadap *Purchase intention*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 47. No. 1. Juli 2017.

Zhu, F., 2010. *Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer*. *Journal of Marketing*, 74(March), pp.133–148.

<https://www.perfectbeauty.co.id/>diakses Agustus 2018

<https://www.e-Marketer.com/>diakses tanggal juli 2010
