

Daftar Pustaka

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Althaf Revi Kanitra, Andriani Kusumawati. 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. 61 No.1 Agustus 2018
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Corbuzier, Deddy. 2018. *YouTube For Dummies*. Jakarta: Gramedia
- Darmansyah, Muhartini Salim, Syamsul Bachri (2014). “ Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian produk di Indonesia”. Jurnal Aplikasi Manajemen, vol 12 nomor 2. Juni 2014.
- Deasy Wulan. 2017. Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap *Source Characteristics* Serta Dampaknya Terhadap *Purchase Intention*. Jurnal administrasi dan bisnis Vol 47 No1. Juni 2017
- Desri Vanny Christine Saragih, dkk. 2018. Pengaruh *Perceived Value, Celebrity Endorser* Dan *Advertising* Terhadap *Brand Attitude*. (Survei Pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Kosmetik Wardah). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 64 No. 1 November 2018
- Detta Rahmawan, dkk. 2017. Peran *Vlogger* Sebagai *Online Influencer* dalam Industri Media *Digital* di Indonesia. PROMEDIA, Volume Ke- 3, No. 2, 2017,
- Devika Kurniawan, farid Rusdi. 2017. Pengaruh Daya Tarik Beauty Vlogger (Sarah Ayu) Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Subscribers Pada Produk Kosmetik Maybelline. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) [Vol 1, No 2 \(2017\)](#).
- [Erwanto Khusuma](#). 2016. Inilah 17 Fakta Unik Tentang YouTube yang Belum Banyak Orang Tahu.
<https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/erwanto/inilah-17-fakta-unik-tentang-youtube-yang-belum-banyak-orang-tahu/full> di akses pada tanggal 15 April 2019, pukul 7.51

- Fauz N Faadhilah. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Beauty Vlogger* sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 7 No 1.
- Ginsan Sarashadi, Amina Sukma Dewi. 2018. Pengaruh Penggunaan Vlogger Endorser Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga
<https://socialblade.com/youtube/channel/UCJCSL8IJfD4d5nunRrmrT1Q>
 diakses pada tanggal 13 April 2019, pukul 18.24
- Jubilee enterprise. 2018. *Kitab Youtuber*. Jakarta : Gramedia
- Kartini Bohang, Fatimah. 2017. *Punya 1 juta Subscribers, Berapa Pendapatan Bayu Skak?*. <http://tekno.kompas.com> diakses pada tanggal 15 April 2019, pukul 8.13
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2016. *Principles Of Marketing. Global Edition, Person Education*. Harlow.
- Kresna. 2018. Pengertian Keputusan Pembelian.
<http://konsultasiskripsi.com/2018/04/08/pengertian-keputusan-pembelian-skripsi-dan-tesis/>. Diakses pada tanggal 11 April 2019 pukul 11.00
- L'oreal paris. 2019. Visi dan Misi L'oreal Paris. <https://www.loreal-paris.co.id/>.
 Diakses pada tanggal 22 Mei 2019, pukul 12.53
- L'oreal paris. 2019. Visi dan Misi L'oreal Paris.
<https://www.loreal.co.id/grup/sekilas-perusahaan/tentang-kami.htm>.
 Diakses pada tanggal 22 Mei 2019, pukul 12.22
- Muchlisin Riadi. 2018. Negara Asal (Country of Origin).
<https://www.kajianpustaka.com/2018/04/negara-asal-country-of-origin.html>. Diakses pada tanggal 07 April 2019, pukul 15.19
- Muchlisin Riadi. 2017. Tujuan, Komponen dan Aplikasi Internet Marketing.
<https://www.kajianpustaka.com/2017/11/tujuan-komponen-dan-aplikasi-internet-marketing.html> diakses pada tanggal 07 April 2019, pukul 15.21
- Pratama Hadi Aditya. 2017. *Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 terbesar di Dunia*. <https://id.techinasia.com/>. Diakses pada tanggal 07 April 2019, pukul 12.30 WIB
- Rima Dwi Anggraeni, dkk. 2018. Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli *Make Up Brand Lokal* (Survey 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
- Rumus Slovin ini dikutip dari buku Wiratna Sujarweni (2014:16). Diakses dari website* <https://teknikelektronika.com/cara-menentukan-jumlah-sampel-dengan-rumus-slovin/> tanggal 14 April 2019 jam 11.26

Rumondang Eliza Maria Sinaga, Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh Youtube *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 63 No. 1 Oktober 2018

[Saviq Bachdar](http://marketeters.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/). 2017. Beauty Vlogger dan Pengaruhnya Bagi Brand Kosmetik. <http://marketeters.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/> diakses pada tanggal 15 April 2019 jam 12.25

Soemanegara, Rd. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2012

Tang, Mengmeng. 2016. Effects of vlogger race on perceived credibility, self-efficacy and behavioral intentions towards weight loss. *Dissertations-ALL*. Paper 504.

Vannesa, Vania. 2017. *Persepsi Khalayak Terhadap Vlog Chandrliow (The Mannequin Challenge Song)*.

Vizcardine Audinovic. 2013. Profil L'oreal Paris. <https://www.merdeka.com/lorfal/profil/>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2019, pukul 11.59

Wikipedia. 2019. L'oreal Paris. https://id.wikipedia.org/wiki/L%27Or%C3%A9al#cite_ref-forbes_1-0 Diakses pada tanggal 22 Mei 2019, pukul 11.00

Witri Aprilya. 2014. *Pengaruh Altruisme dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Layanan Jaringan Sosial di Media Sosial*

Wulan Deasy Puspita Sari, dkk. 2018. Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap *Source Characteristics* Serta Dampaknya Terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 47 No.1 Juni 2017