

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer behaviour and Marketing Action*. 6 th ed. Thompson, NY. USA.
- Bachmann dan Zaheer. 2006. *The Handbook of Trust Research*. Jakarta.
- Cheung, C. M.K and Lee, M.K.L. 2012. *What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer opinion platform. Decision Support System, 53 : 218-225.*
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Evans, Dave and Jake McKee. 2010. *Social Media Marketing*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP. Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali .2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2003. *Membangun Minat Beli*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Susanto, A. B.1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Koufaris, M., Hampton-Sosa, W., .2004. *The development of initial trust in an online company by new customers, Information and Management, January, (41:3),pp. 377-397.*
- Manzoor, Amir. 2010. *E-commerce: An Introduction. Deutschland: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG.*
- McKnight et al., 2002. The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model. *Jurnal sistem strategi informasi* 11.
- Mowen. J. C., dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Riduwan dan Kuncoro. 2017. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan dan Promosi:Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jilid1. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Zhang, J. Q. 2010 "KHQ 'RHV (OHFWURQLF :RUG-Of-Mouth Matter? A study of consumer product reviews. Elsevie.
- Adjie, Jennifer, dan Prof. Dr. Drs. Hatane Samuel, MS. 2014. *Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1
- 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 Mangement*, Institut Teknologi Bandung.
- Arif, Sayadi, dan Sunarti. 2017. *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek*. Malang: Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol, 44, No. 1, Maret 2017.
- Ba, S. and Pavlou, P.A. 2002. "Evidence of the effect of trust building technology LQ HOHFWURQLF PDUNHWV SULFH SUHPLRV DQG EXU.EHMLSYLRK' Quarterly, Vol. 26, No. 3.
- Haekal, Erlandy Muhammad, Suharyono, Edy Yulianto. 2016. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan dan Keputusan*

- Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40, No.2, November 2016.
- Hening-Thurau, T. Kevin P, Gwinner, GianFranco Walsh, and Swayne D. Gremler. 2004. *Electronic Word Of Mouth Via Consumer Opinion Platfroms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet*. *Journal of interactive Marketing*. 38:52.
- Jalilvand, Mohammad Reza. 2012. *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention*. *Marketing Intellegence & Planning*. Vol. 30. Iss: 4 pp. 5-5.
- Laksmi, Ayu Aditya, dan Farah Oktafiani. 2016. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal*. Bandung: Universitas Telkom. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.10, No.2, Desember 2016.
- Maghfiroh, Arifin, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol, 40, No. 1, November 2016.
- Maharsi, Sri. 2006. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*. *Jurnal Akutansi dan keuangan*, Vol. 8, No.1, Mei 2006: 35-51.
- Moorman, Christin, Gerald Zaltman and Rohit Deshpande .1993. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*, *Journal Marketing Research*. Vol. 57. No. 81-101. January, 1993.

- Rachmawati, Wahyudi, dan Hariri .2016. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Presepsi Resiko pada Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial*. Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21, Nomor 2, Oktober 2016.
- Saidani, Basrah, dan Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JMRSI), Vol. 3, No. 1.
- Samuel, Hatane dan Lianto, Adi Suryanata. 2014. *Pengaruh Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust, dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol. 8. No. 2
- Westbrook. 1987. *Product/ Consumption Based Affective Responses and Post Purchase Processes*. *Journal of Marketing Research*. 24-(3) 258-270
- Widodo, Sari Puspita Deasy Wulan, dan M. Kholid Mawardi. 2017. *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*. Malang: Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 47, No. 1, Juni 2017.
- Wijaya, Anastasia Finna, dan Sugiono Sugiharto. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan)*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol, 9, No. 1, April 2015.

Wua, P. C. S, Yeha, Y-Y.G., Hsiao, C-R. 2011. *The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. Australian Marketing Journal. Vol, 19, No. 30-39, 2011.*

www.beautynesia.id

www.Maybelline.com

www.selular.id

www.vlognation.com

www.miignon.com