

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Kusnanto, Asep Maulana, I. R. (2019) “Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Kosmetik Halal,” *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), hal. 122–136. Tersedia pada: <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>.
- Durianto, Li. (2004) *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jaka: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014) *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. 4 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. E. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2013) *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedu. Jakarta: Erlangga.
- Nanang Martono (2010) . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pratika, N. L., Welsa, H. dan Cahyani, P. D. (2020) “Pengaruh Beauty Vlogger dan Brand Image terhadap Purchase Decision melalui Purchase Intention,” *Jimea*, 4(1), hal. 668–707. Tersedia pada: [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD).
- Rachmadi, K. R. (2020) “Pengaruh Vlogger Review sebagai Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Intervening Variabel pada Produk Kosmetik dan Perawatan Wajah,” *Jurnal Ilmu Manajemen* .(*JIMMU*), 3(2), hal. 148–158.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L. (2000) *Consumer Behavior*. 10th Editi. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Schiffman, L., dan Kanuk, L. (2014) *Consumer Behavior*. Diedit oleh 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Leon. & Kanuk, L. (2015) *Consumer Behaviour Eighth Edition*. Internatio. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk (2004) *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: INDEKS.
- Seock, Y. K. (2003) *Analysis of Clothing Website for Young Consumer Retention Based on A Model of consumer Relationship Management via Internet*. Virginia (USA): Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Shimp, t. A. (2014) *Periklanan promosi & aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. jilid 1 da. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, B. (2011) “Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel,” in. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. dan E. (1995) *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sumarwan, U. (2004) *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunarti, Wibowo, E. dan Utami, S. S. (2019) “PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Mahasiswi Universitas Slamet Riyadi Surakarta),” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(4), hal. 578–589.
- Sutisna (2001) *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Uma, S. (2003) *Research Methods For Business*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Uma, S. (2006) *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4 Bu. Jakarta: Salemba 4.
- Uma, S. (2007) *Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Edisi 4. Jakarta: Salemba 4.
- Uma, S. (2009) *Research Methods for business*. buku 1 edi. Jakarta: Salemba 4.

Uma, S. (2011) *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba 4.

Uma, S. (2013) *Research Methods for Business*. Seventh Ed. Chichester: Wiley.

Uma, S. (2017) *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 6, B. Jakarta: Salemba 4.

Valentin, I. (2021) “Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube),” *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), hal. 169–179.

Widodo, D. W., Kholid, M., & M. (tanpa tanggal) “Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention.,” *Jurnal Admnistrasi Bisnis (JAB)*, Vol.47 No.

Wisnu Wardhana, H. *et al.* (2021) “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen,” *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), hal. 431–446. doi: 10.32670/coopetition.v12i3.627.