

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A., dan Alexander, L. Biel. (2009). *Ekuitas merek dan periklanan: peran periklanan dalam membangun merek yang kuat*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Ananda, A. F. & Wandebori, H. (2016). “The Impac of Drugstore Makeup Product Review By Beauty Vlogger on Youtube Towards Purphuse Intention by Undergraduate In Indonesia”. *International conference on Eithics of Business, Ekonomi and Social Sciencess*, 264-274
- Anwar, A., Gulzar, A., Fahid, B.S., Akram, S.N. (2011). Impact Of Brand Image, Trust And Affect On Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1 (5), 73-79.
- Bai, B., Law, R., & Wen, I. (2008). *The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Chinese online visitors*.
- Baruna HB, Shilvana H., dan Hapzi A. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Nitchi di PT Jaya Swa rasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 433-445.
- Bloemer, J., de Ruyter, K. and Peeters, P. (1998) Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship between Image, Service Quality and Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 16, 276-286.
- Brata, B. H., S. Husani, dan H. Ali. 2016. “The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At. PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta”. *Saudi Journal of Business and Management Studies.*, Vol. 2, Iss4B, April 2017, hlm : 433 – 445.
- Djarmiko, T. dan Pradana, R. (2016). Citra Merek dan Harga Produk; Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Procedia Ilmu Sosial dan Perilaku*, 219, 221-227.
- Duyen, Tran Nhu My. (2016). “*Beauty Bloggers Influence on Vietnamese Young Consumers*”. Thesis Degree Programme in International Business. Faculty of Business Administration, Saimaa University of Applied Sciences.
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 1*, 133–142.

- Frobenius, M. (2011). "Beginning a Monologue: The Opening Sequence of Video Blogs". *Journal of Pragmatics*, 814-827.
- Ghozali, Imam, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gök, O., Ersoy, P., & Börühan, G. (2019). The effect of user manual quality on customer satisfaction: the mediating effect of perceived product quality. *Journal of Product & Brand Management*, 28(4), 475-488. doi:10.1108/JPBM-10-2018-2054.
- Guha, S., Mandal, A., & Kujur, F. (2021). "The social media marketing strategies and its implementaation in promoting handicrafts products: a study with special reference to Eastern India". *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 339–364. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2020-0097>.
- Hermanda, A., Sumarwan, U., & Tinaprilla, dan N. (2019). "The Affect of Socil Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention, *Journal of Consumer Sciences*, 2019, Vol. 04, No, 02, 76-89.
- Hutapea. (2016). *Pengaruh Beauty Vlogger Dan Brand Image: Survei Pengaruh Beauty vlogger Sebagai Endorser Terhadap Brand Image Produk The Body Shop*. Universitas Gadjah Mada.
- Iswara, I.G.A.D. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8),3991-4018.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller.L 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., Ma, J., Bonaiuto, F., & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention of Smartphone, *Journal Sustainability*, 2020, Vol. 12, Issue 8, 1-22.
- Masruroh, R. & Sudarwanto T. (2020). Pengaruh *Review beauty vlogger* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya), *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 08 No 01 Tahun 2020, ISSN 2337-6078.
- Nilamsari, Dania (2021) *Pengaruh Beauty Vlogger, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Purchase Decision Kosmetik Emina (Studi pada Kasus Mahasiswi IAIN Surakarta)*. Skripsi thesis, UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Purnama D.R., Khuzaini (2020). Pengaruh Citra Merek, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Wakul Suroboyo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, e-ISSN: 2461-0593.
- R. Miftah & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Coret IT*, ISSN: 2339-1766IJ.
- Rosmayani, & Mardhatillah, A. (2020). Model intensi berperilaku dalam pembelian produk fashion muslim secara online di Pekanbaru, Indonesia. *Jurnal Pemasaran Islam*, 11(6), 1419–1441. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0159>.
- Sari, Dwi Mita (2019) Pengaruh Beauty Vlogger dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). *Jurnal Walisongo Institutional Repository*.
- Sekaran, Uma. 2017. *Research Methods for Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business. In A Skill-Building Approach*. (Seventh Ed, hal. 237–266).
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: 'Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Penerbit Alfabeta.

- Thoo, AC, Salimi, NAN, Sulaiman, Z., Yoke Lai, L., & Hon Tat, H. (2018). Penentu Citra Merek dan Dampaknya terhadap at Beli Grab. *Jurnal Seni & Ilmu Sosial*, 2(1), 26–36. [https://ruijass.com/wp\\_content/uploads/2018/03/3-003TICFinal.pdf](https://ruijass.com/wp_content/uploads/2018/03/3-003TICFinal.pdf)
- Tjiptono, F. (2015). *Brand management & strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Venessa, I., dan Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Violeta A. S. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina Kosmetik Di Kota Pontianak. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, Vol 10, No.2.
- Widiaswara, T., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–15.
- Wigati R. (2021). Analisis Pengaruh *Beauty Vlogger*, *Brand Image*, Iklan dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Beli Produk pada Mahasiswi IAIN Tulungagung. *Journal Institutional Repository UIN Satu Tulungagung*.
- Wijaya V.T, Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keamanan Privasi terhadap Keputusan Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Gojek di Surabaya. *Jurnal Bisnis Perspektif*, Volume 14, Nomor 1, Halaman 1-10.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). *Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*, 3(1), 15. Skripsi, Jakarta. Concentration in Marketing Management, S1 Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.
- Wijaya, T. 2011. *Quality Management Services* (1st ed.). Jakarta: Index.
- Y. Sepris, A. Lisa, M. Hesti (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 7, Nomor 3. ISSN: 2086 – 5031.
- ZAP *Beauty Indexs tirta.id*. (2018). <https://tirta.id/salingmenguntungkan-antara-beauty-beauty-vloggerdan-industri-kecantikan-c2a>