

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Azwar, S. (2011). In Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar.
- Backaler, J. 2018. Digital Influence Unleash The Power Of Influencer Marketing To Accelerate Your Global Business. _Swiss. Springer International Publishing AG part of Springer Nature.
- Brown, D. Hayes, N. (2008). Influencer marketing: Who really influence your customer?. Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2008
- Cangara, H. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hermawan, A. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, W. 2019. Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong ,Lexy J. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif . Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Salbino, S. (2014). *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat; Eksploratif, Interpretif, Interaktif dan Konstruktif. Bandung. Alfabeta.
- Zarella, D. 2009. The Social Media Marketing Book. Beijing ; Sebastopol, CA: O'Reilly

Jurnal dan Skripsi

- Aisyah, R,A. 2012. Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kredibilitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Berbasis Konsumen (Kasus Pada Iklan Parfum Putri dan Parfum Belia). Skripsi. Universitas Airlangga.
- Alamsyah, I. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Giant Taman Yasmin Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Anongdeh, A., Barre, H, I. 2019. Instagram Profile's Effect on Influencer Credibility. Bachelor Thesis in Business Administration.
- Caesar, Ibnu, J,A. 2017. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Universitas Raden Intan Lampung.
- Cahyono, B., Amboningtyas, D., Haryono, A. T., & Malik, D. (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Universitas Pandanaran Semarang.
- Chaovalit, Peerapatra. 2014. Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Thailand: A Study On The Relationship Of Credibility And Reputation With The Persuasive Capabilities Of Beauty Bloggers. Vol 7, No 1.
- Diniati, D & Agustina. 2014. Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi. Vol. 11, No. 2, Juni 2014, pp. 175 – 184.
- Hudori. 2010. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Endorser Iklan Di Televisi Dan Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian (Iklan Kuku Bima Ener-G). Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Handoko, R,S. 2006. Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Merek. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.

- Hidayat, T. 2011. Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Najihani, N,R,T. 2017. Efektivitas Beauty Vlogger Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nugraha, K,A. 2018. Analisis Perbandingan Risiko Pembelian Melalui Online Store Dan Offline Store Di House Of Smith. Jurnal e-Proceeding of Management: Vol.5, No.1 Maret 2018 | Page 177.
- Ohanian XX
- Pemba, L. 2018. Social Media Influencer Marketing as a potential strategy for new cosmetic brands to create brand awareness and gain legitimacy among consumers. Research Methodology.
- Prameswari, P,F. 2017. Respon Remaja Akhir Surabaya Terhadap Millen Cyrus di Media Sosial Instagram. Skripsi. Universitas Airlangga Surabaya.
- Ramadhani, R,M. 2015. Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Selebriti Endorser Terhadap Sikap Pemirsa Iklan (Studi Kasus Pada Iklan Pelembab L'oreal Paris Di Televisi). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ranga, M. Sharma, D. 2014. Influencer Marketing- A Marketing Tool In The Age Of Social Media. Abhinav International Monthly Refereed Journal of Research in Management & Technology: Volume 3, Issue 8.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. Jurnal Visi Komunikasi, 71-90.
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2019). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. International Journal of Advertising.
- Sinaga, R. E., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Membeli Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) / Vol. 63 No. 1.

Soliha, E., & Kusumo, R. Y. (2013). Perbedaan Sikap Dan Kepercayaan Konsumen Pada Iklan Dengan Menggunakan Kredibilitas Sumber Tinggi Dan Rendah. Program Pascasarjana Universitas Stikubank Semarang.

Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi.

Wright, C. (2017). Are Beauty Bloggers More Influential than Traditional Industry Experts? *Journal of Promotional Communications*, 303-322.

Internet

Agustiani. (2018). Nielsen Konfirmasi Pergeseran Pola Belanja Barang Konsumsi. [Internet] <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180221155734-92-277809/nielsen-konfirmasi-pergeseran-pola-belanja-barang-konsumsi>. Diakses pada 22 Maret 2019.

Azzura, S. N. (2018). Y.O.U Siap Saingi Merek Kosmetik Lokal, Ini Keunggulannya. [Internet] <https://www.merdeka.com/uang/you-siap-saingi-merek-kosmetik-lokal-ini-keunggulannya.html>. diakses pada 4 Februari 2020.

Beauty, K. (2019). *Instagram*. [Internet] [\]https://www.instagram.com/kamaliabeauty](https://www.instagram.com/kamaliabeauty). Diakses pada 4 Februari 2020

Cornelia, Verina. 2018. Apa itu New Media? 6 karakteristik New Media. [Internet] <https://www.kompasiana.com/verinacornelia1703/5b7b1087bde5757a381cbca5/media-baru-dan-teknologi-baru-new-media-and-new-technologies>. diakses pada 12 Maret 2019.

- Dara, N. (2016). Rachel Goddard: “Kulit Gue Ini Ekonomis!”. [Internet] <https://editorial.femaledaily.com/>. Diakses pada 6 Februari 2020.
- Famous, ID. 2017. Rachel Goddard: Cantik Gak Perlu Jaim! #CreatorProfile. [Internet]. Tersedia di https://www.youtube.com/watch?v=R4FUI9cZf2U&feature=emb_logo. Diakses pada 5 Februari 2020
- Farasya, T. 2017. Siapakah Tasya Farasya / Get To Know Me! (Bahasa). [Internet] tersedia di <https://www.youtube.com/watch?v=nGiknXnXxOs>. Diakses pada 5 Februari 2020.
- Farasya, T. 2018. Rahasia MakeUp MUA Hits ! ka bennu sorumba. [Internet] Tersedia di <https://www.youtube.com/watch?v=9jTFEeUxKJo&list=PLztf0qrRiOvPmyZ2N8Y3Pm-O9qnuBa9O>. Diakses pada 5 Februari 2020.
- Farasya, T. (2017). *Youtube*. [Internet] <https://www.youtube.com/channel/UCJCSL8IJfD4d5nunRrmrT1Q>. Diakses pada 5 Februari 2020
- Farasya, T. (2017). *Youtube*. [Internet]. <https://www.youtube.com/channel/UCJCSL8IJfD4d5nunRrmrT1Q>. Diakses pada 5 Februari 2020
- Farasya, T. (2017). *Youtube*. [Internet]. <https://www.youtube.com/watch?v=zupeBetVpi4>. Diakses pada 5 Maret 2020
- Focallure. (2019). *Instagram*. [Internet]. <https://www.instagram.com/focallure>. Diakses pada 5 Februari 2020
- Goddard, R. 2015. Solusi Kulit Berminyak. [Internet]. tersedia di <https://www.youtube.com/watch?v=vb4pGpwnO1c>. Diakses pada 5 Februari 2020

- Goddard, R. (2014). *Youtube*. [Internet]
<https://www.youtube.com/user/rcfgoddard>. Diakses pada 5 Februari 2020
- Harahap, D.A & Amanah, Dita. 2018. Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. [Internet]
https://www.researchgate.net/publication/328124861_Perilaku_Belanja_Online_Di_Indonesia_Studi_Kasus. Diakses pada 22 Maret 2019.
- Haryanto, A,T. 2018. 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. [Internet] <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>. Diakses pada 29 Maret 2019.
- Nusantara, B. (2015, 12 7). *Digital Influencer*. [Internet]
<https://communication.binus.ac.id/2015/12/07/digital-influencer/>. Diakses pada Februari 2020
- Putera, Andiri, D. 2018. Jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi. [Internet]
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>. Diakses 22 Maret 2019.
- Riadi, Muchlisin. 2018. Pengertian, Aspek dan Karakteristik Perilaku Konsumtif. [Internet]
<https://www.kajianpustaka.com/2018/06/pengertian-aspek-dan-karakteristik-perilaku-konsumtif.html>. diakses pada 14 Maret 2019.
- Setia, U. K. (2018, 04 5). 7 Fakta Tasya Farasya, Dokter Gigi Cantik Bercita-cita Jadi MUA. [Internet] <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3429116/7-fakta-tasya-farasya-dokter-gigi-cantik-bercita-cita-jadi-mua>. Diakses pada 6 Februari 2020.
- Smart Insights. 2017. Key Influencer Marketing Trends for 2017 | Smart Insights. [Internet] tersedia di: <http://www.smartinsights.com/online-pr/influencer-marketing/keyinfluencer-marketing-trends-2017/>. Diakses pada 21 Januari 2020.
- Suhay, S. 2017. *Youtube*. [Internet]
<https://www.youtube.com/watch?v=RZjQA67AzTM>

Suhay, S. 2016. Youtube. [Internet]
<https://www.youtube.com/watch?v=1ae1nR-cfC0>

Yuniarto, H. (2010). Corak Kulit sebagai Daya Tarik Kecantikan Luar terhadap Perempuan di Desa Simego. <http://ruraleconomics.fib.ugm.ac.id/wp-content/uploads/lebakbarang2010-hendy-yuniarto>.