

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Nur F., dan Sutrasnawati, Endang. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Pada Proses Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. *Management Analysis Journal*. 2016. 5, (2)
- Bachdar, S. *Beauty Vlogger* dan Pengaruhnya Bagi *Brand* Kosmetik. 2017. <http://marketeers.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/> (Diakses pada tanggal 18 November 2018)
- Darmansyah *et al.* Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian *Online*). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2014,12,(2).
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial*. Yoga pratama. 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2018.
- Gunawan, Hendra. *Merek Lokal Masih Mendominasi Pasar Kosmetik*. 2017. <https://industri.kontan.co.id/news/merek-lokal-masih-mendominasi-pasar-kosmetik> (Diakses pada tanggal 18 november 2018).
- Habibah *et al.* Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*. 2018. 7, (2).
- Hansudoh, Steven A. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Perceived Value* Pada Produk Top Coffee Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. 2012, 1, hal 1-7.
- Haryanto, Agus T. 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. 2018. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>. (Diakses pada tanggal 18 November 2018)
- Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. 2018.  
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20> (Diakses pada tanggal 18 November 2018)

- Nafali, Mardon., dan Soepeno, Djurwan. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan merek Indomie. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. 2016. 4, (4).
- Nielsen, Konsumen Indonesia Lebih Suka Merek Kosmetik Global. 2016. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesia-lebih-suka-merek-kosmetik-global> (Diakses pada tanggal 18 November 2018)
- Nuraini, Alfiyah., dan Maftukhah, Ida. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*. 2015. 4, (2).
- Nurullita. Penjualan Produk Safi Tumbuh Lima Kali Lipat. 2018. <http://marketplus.co.id/2018/07/penjualan-produk-safi-tumbuh-lima-kali-lipat/> .(Diakses pada tanggal 19 Maret 2019).
- Maharani, Nina. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. 2015. 3, (2).
- Prasasti, Widi. Pengaruh *Celebrity Endoser* Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Pada Produk *Sticker* Aplikasi Jejaring Sosial Line. *Jurnal Marketing and Communication*. 2014. 1.
- Pratita *et al.* Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. 2018. 3, (4), hal 497-593.
- Riyono., dan Budiharja, Gigih E. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. 2016. 8, (2), hal 92-121
- Sari, Rendika P K., dan Widayanti, Ida A R. Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta. *Jurnal Edunomika*. 2019. 3, (1).
- Setiawan, Livya. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2018. 12, hal 53-60.
- Shandy, Bobbi. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Wom* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *Jurnal Digest Marketing*. 2018. 3, (1).

Sinaga, Rumondang E M., dan Kusumawati, Andriani. Pengaruh Youtube *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia), *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2018. 63, hal 187-196.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. 2017.

Sumanto. *Statistika Terapan*. CAPS. 2014

Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. CAPS. 2011

Tandarto, Rendy., dan Dharmayanti, Diah. Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Celebrity Endorsement* Raline Shah Sebagai Variabel Intervening Top White Coffee di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 2017.

Tujuh Jenis Video Vlog yang Populer di YouTube Indonesia. 2018. <https://famous.brilio.net/video/personality/7-jenis-video-vlog-yang-populer-di-youtube-indonesia-170224q.html> (Diakses pada tanggal 18 November 2018).

Urban Dictionary Vlog. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=vlog>. (Diakses pada tanggal 18 November 2018)

Wijanarko *et al.* Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2016. 34, (1). Hal 165-171

Zulaicha, Santi., dan Irawati, Rusda. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 2016. 4.