

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2013. Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Buchari, Alma. 2006. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Bruns, I. (2018). 'Trust' and 'perceived authenticity' in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18-24-year-olds in Ireland (Doctoral dissertation, Dublin Business School).
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 997-1009.
- Dhestantya, D., Nesia, A., & Restu, U. (2018). Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Wardah (Studi Survey pada Mahasiswi FISIP Untirta 2015) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Fa'al Akbar, N., & Nurcholis, L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1-20.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish

- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2020. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haerunnisa, H., Zohrah, N., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty influencer di Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi J-KO*, 1(2), 46-54.
- Hapsari, A. B., & Sukardani, P. S. (2018). Representasi Konsep Kecantikan Perempuan Di Era Millennials Melalui Beauty Influencer Pada Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @ sarahayuh , @ abellyc , dan Ayustin Budi Hapsari Abstrak. *Commercium*, 2(2), 59–62.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Herdianti, H. (2019). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI CIAMIS. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 4(1), 9-18.
- Hutapea, M. M. D. (2016). *Beauty Vlogger dan Brand Image (Survei Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Endorser Terhadap Brand Image Produk The Body Shop)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Iqbal, M., & Asniar, I. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION (Studi Pada Mahasiswi angkatan 2017-2018 Fisipol Prodi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Lampung Tahun 2020). *INTERCODE*, 1(1).
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing*. Edisi 15. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management15th Edition*. New Jersey:Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2016. *Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. (2016). *Personal Factors Affecting Consumer*

Purchase Decision Towards Men Skin Care Products a Study in Ho Chi Minh City. *Vietnam International Journal of Trade, Economics, and Finance*, VII(2), 44-50.

- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *PRISMAKOM*, 18(1), 33-38.
- Mabruk, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN MOBILE BANKING (JAKONE MOBILE) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK DKI (STUDI PADA: PENGGUNA MOBILE BANKING JAKONE MOBILE BANK DKI CAB. PINTU BESAR SELATAN) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Mega, puspita cindy, & Agung, B. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 175–185.
- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193. <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Purworini, D. (2020). Pengaruh Reviewbeauty Influencer Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kecantikan (Survei Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rahman, Arif. 2019. *Make Your Story Metter*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Revita Ela, M. L. D., Frimayasa, A., & Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.

Managerial - Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, 1(1).

- Savitri, S. A., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make- Up Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya). *Prologia*, 3(1), 267-273.
- Setyorini, D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Produk, Influencer dan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Herborist. *Jurnal JDM*, Vol. 4 No 1 April, 68-77.
- Silvia, C., & Atnan, N. (2019). Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Bandung (studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati A. (2018). Pengaruh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampak terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 63, No. 1:187-196
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of influencers in consumer decision process: the fashion industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 14-30
- Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- TopbrandAward.com(2020).Top Brand Situs Belanja Online.[Http://Www.Topbrand-Award.Com/](http://www.Topbrand-Award.Com/). (Diakses 19/11/2021).
- Tran, A., Rosales, R., & Copes, L. (2020). Paint a Better Mood? Effects of Makeup Use on YouTube Beauty Influencers' Self-Esteem. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244020933591>