

DAFTAR PUSTAKA

- Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta, Tahun 2016.
- Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta, Tahun 2017.
- Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta, Tahun 2018.
- Bambang D. Prasetyo, Nufian S Febriani, Wayang Weda Asmara, Dewi Dian Tamitiadini, Nia Ashton Destrity, Diyah Ayu Amalia Avina, Azizun Kurnia Illahi. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Cengiz Yilmaz, E. Eser Telci, Muzaffer Bodur, Tutku Eker Iscioglu. (2011). *Source Characteristics and Advertising Effectiveness The Roles of Message Processing Motivation and Product Category Knowledge*. :International Journal of Advertising, 30(5), pp. 889–914.
- Cnnindonesia. (2018, April 6). *Youtube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia*. Tersedia: www.cnnindonesia.com [6 April 2018].
- Detikhot. (2018, Oktober 1). *6 Influencer Indonesia dengan Penghasilan Fantastis*. Tersedia: www.detikhot.com [1 Oktober 2018].
- Enterprise, J. (2018). *Kitab Youtuber*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fasha, H. F. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Finna Anastasia, Sugiono Sugiharto. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's)*.:Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9, No. 1.
- Have, C. t. (2017). *Influencers and their influence on consumer-buying intentions The case of the Netherlands*. Master thesis Culture and Communication Erasmus University Rotterdam.
- Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Idntimes. (2018, Desember 24). *Tasya Farasya Sukses Kolaborasi dengan 14 MUA Hits Ini, Siapa Saja?* Tersedia: www.idntimes.com [24 Desember 2018].
- Jung Eun Lee, Brandi Watkins. (2016). *YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions*. :Journal of Business Research -09177; No of Pages 8.

- Kawatak, I. T. (2019). *Pengaruh Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan (Studi Pada Viewers Video Youtube Purbasari Channel Tasya Farasya)*. Sarjana Departemen Manajemen Universitas Sanata Dharma.
- Kompas. (2019, Mei 16). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Tersedia : www.kompas.com [16 Mei 2019]
- Liputan6. (2018, Nopember 9). *Tasya Farasya, Meskipun Gaptek Sukses jadi Influencer*. Tersedia: www.liputan6.com [9 Nopember 2018]
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Naik, R. (2016). *Bloggers-YouTubers influence on the Consumer Buying Behavior of Makeup products*. Project Dissertation Report Delhi School of Management 110042.
- Oscar, N. I. (2017). *Pengaruh Beauty Blogger Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstick (Studi pada Beauty Blogger Lizzie Parra)*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Pixy. (2019, Agustus 8). *Tampilan Baru PIXY Hadir Di Jakarta X Beauty*. Tersedia:www.pixy.co.id [8 Agustus 2019].
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmani, A. P. (2017). *Pengaruh Influencer Terhadap Persepsi Dan Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Kategori Merek Mewah*. Sarjana Manajemen Bisnis Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Rima Dwi Anggraeni, Edriana Pangestuti, Lussy Deasyana Rahma Devita. (2018). *Pengaruh Endorsement Influencer Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Survey Pada Peminat Kosmetik Lt Pro Yang Dipengaruhi Oleh Video Vlog Ini Vindy Di Kota Malang)*. :Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 60, No.1.
- Rumondang Eliza Maria Sinaga, Andriani Kusumawati. (2018). *Pengaruh Youtube Influencer Terhadap Minat Beli Kosnumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia)*. :Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 63, No. 1.
- Sallam, M. A. (2017). *Endorser Credibility Effects On Algerian Consumer's Attitudes Towards Advertising And Purchase Intention: The Mediating Role Of Attitude Toward Brand*. :International Journal of Economics, Commerce and Management, Vol.V, 88-106.
- Saputra, Y. A. (2016). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Raisa Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Pond's White Beauty (Studi Kasus Pada Mahasiswi FE UII)*. :Jurnal Management (1459).

- Sartika, B. (2014). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica Dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen*. :Jurnal Ekonomi, Vol, 26, No. 2.
- Shoffner, L. K. (2019). *Parasocial Relationship Influence on CoverGirl Buying Intentions:Trust and Loyalty from SMI and Celebrity Endorsements*. Honors Thesis Appalachian State University.
- Sugiharto, S. A. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)*. Sarjana Administrasi Bisnis Universita Telkom.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, W. D. (2017). *Pengaruh Influencer Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Yusron, S. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik PIXY Di Toko Aster Malang*. Sarjana Manajemen Universitas Islam Malang.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.