

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Equation Modeling (SEM) dalam penelitian Bisnis. In *Journal of Chemical Information and Modeling*
- Agustini, E. M. (2019). Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean . *Journal Of Management and Business Environm*, ISSN 2685-5992 (online) Vol.1 July.
- Boonmee, J. (2015). Study of Thai women purchase decision of Korea cosmetic in Bangkok area. *Bangkok University Reasearch*.
- Hasanah, U., Ismarmiaty, & Bachtiar, A. (2017). Analisis Simulasi Goodness of Fit (GOF) pada Uji Model Penerimaan E-Learning. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi) 2017*.
- Indrawati, P. D. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. In *Bandung: PT Refika Aditama*.
- Chen, J.-L., & Dermawan, A. (2020). The Influence of YouTube Beauty Vloggers on Indonesian Consumers' Purchase Intention of Local Cosmetic Products. *International Journal of Business and Management*.
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n5p100>
- Chris, S. (2013). analisa-sikap- audience-terhadap-product. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No.2*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Edisi 9*.
- Hasanah, U., Ismarmiaty, & Bachtiar, A. (2017). Analisis Simulasi Goodness of Fit (GOF) pada Uji Model Penerimaan E-Learning. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi) 2017*.
- IDN Media . (2021). <https://www.popbela.com/beauty/skin/monica-dwi/skincare-korea/1>. Retrieved from Popbela.com.
- Indrawati, P. D. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. In *Bandung: PT Refika Aditama*.
- IvisitKorea. (2021). Retrieved from <https://www.ivisitkorea.com/category/k-beauty/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Eedition*. United States: Pearson.
- Kusumawati, R. E. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

Latan, H. (2012). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80*. Bandung: Alfabeta.

Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Sosial: Konsep- konsep kunci*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.

Nadia Annisa Rosara, A. L. (2020). Factors Influencing Consumer's Purchase Intention on Beauty Products in Youtube. *Journal of Distribution Science*.

Nurmala Dewi, D. A. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. <https://www.researchgate.net/publication/328600462>.

Oktafalia Marisa M, J. R. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI PADA PRODUK HIGH END MAKE UP AND SKIN CARE PADA GENERASI MILLENIAL JAKARTA. *Bina Manajemen*.

Putri, R. D. (2017). <https://tirto.id/tampil-cantik-dengan-bujet-murah-lewat-k-beauty-cyRi>. Retrieved from <https://tirto.id>

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitati (Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS)*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis, dan R&D* (28th ed.). Alfabeta.

Vo, T. M. (2018). The Influence of Beauty Vlogs on Consumer's Purchase Intention. *Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences* <https://www.theseus.fi/handle/10024/158895>, Page 57