

Daftar Pustaka

- Assael, Henry. (2008). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston: Wasworth, Inc.
- Azwar, S. (2011). *Sikap manusia teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Best, Roger J. (2013). *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability 6th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Brannan, Tim. (2004). *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media
- Bungin, Burhan (2001) *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Gajah Mada Press.
- Cant, M.C., Strydom, J.W., Jooste, C.J., & du Plessis, P.J. (2007). *Marketing management (5th ed)*/ Cape Town: Juta&Co.
- Creeber, G., Martin, R. (2008). *Digital Culture: Understanding New Media*. London: Open University.
- dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto dan Liana S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas*
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, Onong U. (2002). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT> Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Engel. James F.and R.D Blackwell. and P.W Miniard. (2007). *Perilaku Konsumen*.Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara

- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fill, Chris. (2005). *Marketing Communication: Context, Contents, and Strategies 4th ed.* London: Prentice Hall.
- Greg, Jarboe. (2009). *YouTube and video Marketing: An Hour Day*. Indiana: Indianapolis
- J.Setiadi, Nugroho. (2015). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, H. (2010). *Positioning, diferensiasi, brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. (2003). *Marketing management (11th Edition)*. New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management 13th ed.* New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management 13th ed.* New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Perdana Media Group.
- Kriyantono. Rachmat. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Lane, W.R., King, K. W., Russel, J.T. (2005). *Kleppner's Advertising Procedure*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lievrouw, L.A. dan Sonia Livistone, (2006). *The Handbook of New Media*. London: SAGE Publications.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

- Mowen, John, C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Dedy. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Mulyana, Dedy. 2009. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pareno, Sam Abede. 2002. *Kuliah Komunikasi: Pengantar dan Praktek*. Surabaya: Papyrus.
- Priansa, Donni Juni (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Purba, Amir, dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Rakhmat, J. (2001). *Metode Penelitian komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy (2008). *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Celebrities*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Ruben, Brent, D. dan Lea P. Stewart, (1998). *Communication and Human Behavior*. USA Viacom Company.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia.

- Setiawan, Ilham, Anton, A, (2004) *Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purchase Intention: Studi Empirik Pada Konsumen Supermarket. Usahawan*
- Setyani. (2013). “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas*”. Jurnal Komunikasi. Universitas Sebelas Maret.
- Setyawan, Denny. (2016). *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube*. Jakarta: PT. Elex Media Koputindo.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shimp, T.A. (2010). *Advertising promotion and other aspects of integrated marketing communications*. Canada: L Nelson Education, Ltd
- Silalahi, U. (2009), *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Silalahi, Ulbert. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3EA.
- Soemanegara, R. Dermawan. (2006). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, Michael,R. (2000). *Consumer Behaviour : Buying, Having, and Being*. 5'th edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suhandang, Kustadi. (2004). *Public Relation Perusahaan*. Bandung: Nuansa
- Trehan, M., & Trehan, R. (2007). *Advertising and sales management*. Delhi: V.K. Enterprises.
- Walgito. (2003). *Psikologi Sosial: suatu pengantar*. Yogyakarta: Andi.
- Wells, William, Mortiaty, Sandra, dkk. (2007). Prentice Hall: *Advertising Principles and Effective IMC Practice*. Jurong.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher

- Bachdar, (2017, June). *Beauty Vlogger dan Pengaruh bagi brand Kosmetik*. Retrieved Februari, 2018, from <http://marketeers.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/>
- Bhagchandani & Arryo, (2017, March). *10 Gergeous Indonesian Beauty Influencer to Known in 2017*. Retrieved February, 2018, from <http://www.indonesiatatler.com/society/10-gorgeous-indonesian-beauty-influencers-to-know-in-2017>
- Hestianingsih, (2016, June). *Ini Konten Vlog dan Video YouTube yang Populer di Indonesia 2016*. Retrieved Februari, 2018, from <https://wolipop.detik.com/read/2016/05/13/170521/3209992/1133/ini-konten-vlog-dan-video-youtube-yang-populer-di-indonesia-2016>
- Sugiharto, (2016, Oct). *Pengguna Internet di Indonesia di dominasi anak muda*. Retrieved Februari, 2018, from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>
- (2018), *Proyeksi Penduduk kabupaten/kota tahun 2010-2020*, <https://www.bps.go.id/publication/>
- (2018) Pelajari: Kategori *YouTube*, <https://creatoracademy.youtube.com/>
- <http://www.eastjava.com/tourism/surabaya/ina/about.html>
- www.loreal.co.id
- Ananda (2016), jurnal *The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews by beauty Vlogger on Youtube towards Purchase intention By Undergraduate Students In Indonesia*, Universitas Negeri Yogyakarta, Web site: <http://eprints.uny.ac.id/41794/>
- David. Eribka R. , Mariam S. , Stefi H. (2017). Jurnal pengaruh konten *vlog* dalam *Youtube* terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, Universitas Sam Ratulangi, Web site: <https://ejournal.unsrat.ac.id/>
- Tania Yosephine (2013). Efektivitas pesan iklan televisi *Tresemme menggunakan Customer Response Index (CRI) pada perempuan di Surabaya*, Universitas

Kristen Petra, Web site : <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/914>

Kristen Forbes (2016), *Examining the Beauty Industry's Use of Social Influencers*, *ElonUniversity*, Website:<https://www.elon.edu/>