

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu - Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta, Rawamangun: Kencana Prenada Media Grup.
- Firdaus. (2018). *Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan, Teori Dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, J. (1998). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, J. (2010). *Pintar Menulis Karangan Ilmiah - Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta: CV Andi.
- Siagian Sugiarto, D. (2000). *Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### **Sumber Lain :**

### **Jurnal Artikel :**

- Agustina, R. D., & DKK. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampak Dari Keputusan Pembeli (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol 22(4).

- As, I., Sayuti, N. A., & Riwati, A. (2016). Perilaku Mahasiswi Dalam Perawatan Kecantikan Secara Tradisional. *Jurnal Kebidanan dan Kesehatan Tradisional*.
- Magdalena, P. A., Suharyono, & Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis* , 23(1).
- Nabila, N., Janti, G., & S.F, P. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna Kosmetik Aktif di Surabaya. *JURNAL SAINS DAN SENI POMITS* .
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli MD Clinic By lazeta. *Bisnis dan Iptek*, vol 6 (149).
- Prahmadhani, D. T. (2007). Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan. *Universitas Sanata Dharma*.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Wicaksono, M. A. (2017). Pengaruh Media Instagram @Wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *JOM FISIP*, 4(2).
- Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan. *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility)*, vol 5(2).
- Yusiana, R., & Maulida , R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's mempengaruhi keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Siswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *E c o d e m i c a*, 3(1).
- Zuswayuda, M. R., & Rosyad, U. N. (2017). Hubungan Antara Brand Ambassador Dengan Minat Beli Konsumen. *Manajemen Komunikasi*, 4(2).

**Website :**

Beauty Jurnal, (2019, Agustus 10). Y.O.U, Brand Kosmetik Lokal yang Tawarkan Rangkaian Produk Berkualitas dan Tahan Lama from Beauty Jurnal:

<https://journal.sociolla.com/beauty/peluncuran-brand-lokal-y-o-u-makeups>

Hipwee. (2019, Oktober 01). *Bersama Y.O.U Makeups, Vanesha Prescilla Luncurkan Koleksi Makeup Vanesha's Series*. Retrieved from Hipwee:

<https://www.hipwee.com/feature/y-o-u-makeups-vanesha-prescilla-luncurkan-koleksi-makeup-vaneshas-series/>.

Hootsuite, (2019, September 28). Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2019 from Hootsuite: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Kumparan, (2019, Oktober 24). Y.O.U Makeups dan Vanesha Prescilla Hadirkan Kosmetik Limitide Edition from Kumparanwomen:

<https://kumparan.com/kumparanwoman/you-makeups-dan-vanesha-prescilla-hadirkan-kosmetik-limited-edition-1rhu3kNy6HP>

Y.O.U, ( 2020, Juli 10). Website Y.O.U <https://you-makeups.com/>