

DAFTAR PUSTAKA

- Asmajasari, M. (1997). *Studi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta: PT TransMedia.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creeber, G. & Martin, R (ed.). (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press.
- Eastin, M. (2010). *Handbook of Research on Digital Media and Advertising : User Generated Content Consumption*. USA: Information Science Reference (An Imprint of IGI Global).
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fandy, T. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Hartono, J. (2018). *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi.
- Ismagilova, E., Slade, E., Dwivedi, Y. K., & William, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (EWOM) in the Mareketing Context*. Switzerland: Springer Nature.

- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana: Jakarta.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Cambridge: Polity Press.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar* (2 ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Sarwono, J. (2014). *Riset Skripsi Dan Tesis Dengan SPSS 22*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya Offset.
- Yogapratama, D. (2009). *Menjadi Seleb Dalam 20 Menit Lewat YouTube*. Yogyakarta: Mozarta Mediatama.

Sumber Lain:

Jurnal

- Choi, G. Y. & Behm, M. E. (2017). Giving a New Makeover to STEAM: Establishing YouTube Beauty Gurus and Digital Literacy Educators Through Messages and Effects on Viewers. *Computers in Human Behavior*.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). E-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1).
- Gozali, Y. C. (2018). Konten Review Product Beauty Vlogger dan Minat Beli Mahasiswi (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU). *Universitas Sumatera Utara*.
- Kurniasari, I. (2017). Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea: Studi Kasus pada Althea.kr. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1).
- Rumata, V. M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter "#TaxAmbesty" dan "#AmnestiPajak". *PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*.
- Silvia, C., & Atnan, N. (2019). Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). *e-Proceeding of Management*, 6(1).
- Syahputra, R. (2016) Komunikasi Homoseksual Berbasis Teknologi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.

Widodo & Mawardi. (2017). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47(1).

Website

Female Daily. (2018, Februari 26). *Alifah Ratu Saelynda Juga Penggemar Female Daily!* Retrieved from Female Daily: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2018/02/26/alifah-ratu-saelynda-juga-penggemar-female-daily>

Hai Gadis. (2019). *Produk Kosmetik Make Over Terbaik Yang Wajib Dimiliki Lengkap Dengan Harga.* Retrieved from Hai Gadis: <https://haigadis.com/produk-kosmetik-make-over/>

IDN Times. (2019, November 18). *5 Beauty YouTuber Indonesia dengan Subscribers Tertinggi, Tajir Parah!* Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/nur-malika-1/beauty-youtuber-terpopuler-tajir-melintir-1/5>

Kuyou.id. (2021, April 15). *Fakta Menarik Alifah Ratu Saelynda, Beauty Vlogger yang Suka Review Make Up dari Harga Murah Sampai Mahal.* Retrieved from Kuyou: <https://kuyou.id/homepage/read/21218/fakta-menarik-alifah-ratu-saelynda-beauty-vlogger-yang-suka-review-make-up-dari-harga-murah-sampai-mahal>

Redcomm. (2020, Desember 19). *Beauty Enthusiast yang Terkenal di Indonesia.* Retrieved from Redcomm: <https://redcomm.co.id/knowledges/beauty-enthusiast-yang-terkenal-di-indonesia>