

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R.D. Pangestuti, E. Devita, L.D. (2018), *Pengaruh Endorsement Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.16.155-162.
- Bataineh, A.Q. (2015) *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Imag*. *International Jurnal of Marketing Studies*. Vol.7.126-137
- Febriana, M. Yulianto Edy. *Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.58.1-9
- Ghozali, I. & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang, Universitas Diponegoro
- Goyotte, et.al. (2010). *E-WOM: Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*. *Jurnal of Administrative Sciences*. Vol.27.5-23
- Hasan, A. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta. Medpress
- Naufal, A. Sari, D. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon (Samyang)*. Vol.4.2886-2871
- Prabowo W. Y 2014 *Pengaruh Celebrity Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.14.No.2
- Putra, C. A. Tanamal, J. Mubarak, R. 2015. *Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen pada Distro Battleboom Palu*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol.1.241.252
- Samuel, H. Lianto, A. S. *Analisis e-WOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8.47-54

Sarashadi, G. Dewi, A.S. (2018). *Pengaruh Penggunaan Vlogger Endoser Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol.18.41-52

Sudaryono, 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta, Lentera Ilmu Cendekia

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Sarah, T. Mariska Siti. Rubiyanti R Nurani. (2016) *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli pada café DU71A Bandung. e-proceeding of management*, Vol.3.No.2

Sunarti, W. Edi. Utami S. (2019). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Mahasiswi Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*. *Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan*, Vol.19. No 4

Syarifah dkk, 2017. *Pengaruh Faktor – Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Produk Holland Bakery Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2

Wijaya, F.A Sugiharto, S. 2015, *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.9.17-22.

Xiao, Z. Li, D. Samutachak, B. 2016. *The Effect of E-WoM on Country Image And Purchase Intention. International Journal of Services Technology and Management*, Vol.22.18-30

Online :

Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia, Diakses pada 4 Februari 2019 melalui <https://apjii.or.id/suveri2017>

Aktivitas Vlogger di Indonesia. Diakses pada 4 Februari 2019 melalui www.kaiaimedia.com

Beauty Vlogger Indonesia. Diakses pada 14 Februari 2019 melalui <https://www.youtube.com/?hl=id&gl=ID>

