

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajay, K., & Goodstein, R. C. (1998). *The Impact of Advertising Positioning Strategis on Customer Price Sensitivity* (Vol. XXXV). Journal of Marketing Research.
- Ajzen, L. (1991). *The Theory of Planned Behaviour* (Vol. 50). Organizational Behaviour and Human Decision Process.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communication Perpective* (Vol. 6th). New York: McGraw-Hill.
- Choi, G. Y., & Behm-Morawitz. (2017). Giving a new makeover to Steam : Establishing Youtube beauty gurus as digital literacy educators through messagges and effects on viewrs. *Computers ini human behavior*, 73, 80-91.
- Clemente, M. N. (2002). *The marketing glossary: Key terms, concepts and applications*. New Jersey: Clemente Communication Group.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Ilmu Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Josephine, C. C. (2006). *Virtual Experiment Marketing on Online Purchase Intention*. Hongkong: Asia Pacific Decision Sciences Institute.
- Kinncar, T. C., & Taylor, J. R. (1995). *Marketinf Research : An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler:Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jd 2.Ed 12*. Jakarta: Erlangga.

- Lee, J. E., & Watkins, B. (2016). Youtube Vloggers Influence on Cusumer Luxury Brand Perceptions and Intentions. *Journal of Business Research*, 69 (12), 5547-6106.
- McCarthy, E. J., & William, J. P. (1993). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Media, K. (2016, 12 13). *Pengertian Vlog*. Retrieved 02 21, 2019, from Kaia Media: <http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog>
- Prabowo, Y. W. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14 (2), 2-3.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumen Behavior.10/E.Boston : Pearson*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business* (Vol. 4). Jakarta: Wiley.
- Shimp. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT.Graamedia Pustaka Utama.
- Sistaningrum. (2002). *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Vol. 3). Bandung: Alfabeta, cv.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi pemasaran* (Vol. 2). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Vol. 3). Yogyakarta: Andi.
- Young, M. S. (2006). *Narcissism and celebrity*. *Journal of Research in Personality*.
- Young, M. S. (2006). *Narcissism and celebrity*. *Journal of Research in Personality*.
- Young, M. S., & Pinsky, D. (2006). *Narcissism and celebrity*. *Journal of Research in Personality*.

#### **Website**

Indonesian Economic Forum. 2019. *Most Active Social Media Platforms In Indonesia*. Diakses pada 21 Februari 2019

melalui <http://www.indonesiaeconomicforum.com/article/infographic/most-active-social-media-platforms-in-indonesia-1>

Media, Kaia. Pengertian Vlog (2016). diakses pada 21 Februari 2019 melalui <http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog>

Presentase *Viewers* dan *Subscriber* dari *Beauty Vlogger* Tasya Fasarya. 2019. Diakses pada tanggal 21 Februari 2019 melalui <https://socialblade.com/youtube/user/gintabumi/futureprojections>