

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Ayu Laksmi, F. O. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 10, No 2* , 11.
- Alvin Yeremia Effendy, Y. S. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2* , 8.
- Arifin, M. H. (2014). *Konsep Konsep Dasar Statistika*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Ayu Ningsetya Mardika Riskhi, J. M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli dengan Tiga Tipe Konsumen pada Industri Busana Muslimah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 8, No.3* , 18.
- Bill Chitty, E. L.-M. (2018). *Integrated Marketing Communication*. Melbourne: Dorothy Chiu.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukur dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan Vol. 2 No. 2* , 7.
- Deni Ria Rukmawati, I. D. (2015). Kontruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan). 16.
- Diana Fitri Kusuma, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No.1* , 16.
- Dinda Septiani Audia, R. J. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Produk Aidi.id (Studi pada Followers Instagram Aidi.id). *Jurnal Penelitian Sosial Vol 1 No 1* , 20.
- E, R. W. (2011). Uji Validitas dan Relibilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej) Vol. 8 No. 1* , 8.
- Esa Khoirinnisa, I. G. (2016). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga (Studi Kasus di CV. Bening Jati Anugrah, Kabupaten Bogor). *Jurnal Perikanan Kelautan Vol. VII No. 1* , 9.
- Farida Fitriani Ismail, D. S. (2019). Pengaruh Sistem Akuntansi dan pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT Beton Elemen Persada. *JASa ( Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi )* , 13.

- Farras Arafiah Zahra, S. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Make Over Melalui Beauty Vlogger dalam Membangun Citra Merek. *Jurnal LONTAR Vol 5 No 2* , 14.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah – Volume 13 Nomor 1* , 20.
- Jatmiko, M. (2013). Pengaruh kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 4 Nomor 1* , 9.
- Lolang, E. (2015). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal KIP -Vol. No. III. No. 3* , 11.
- Mahendra, I. (2015). Analisa Penerimaan pengguna Sistem Informasi Koperasi pada Koperasi Karyawan Budi Setia Jakarta Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri Vol. XI, No.1* , 11.
- Mardiana, S. (2017). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk perilaku Konsumen. 8.
- Miki Ambarwati, S. M. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 25 No. 1* , 7.
- Mulawarman, A. D. (17). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya. *Buletin Psikologi Vol. 25, No. 1* , 9.
- Ohanian. (1990) Contruction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers: Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness.
- Okta Nofri, A. H. (2018). Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makasar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* , 20.
- Oktavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word Of Mouth dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy dan Pempek Vico Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2. No. 1* , 25.
- Perindustrian, K. (2020, Januari 27). *Berita Industri*. Retrieved Mei 15, 2020, from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://www.kemenperin.go.id/>
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial Volume 1, Nomor 2* , 23.
- Pudjiastuti, W. (2014). *Identifikasi Elemen Citra Pemerintah Menuju Pencapaian Good Governance di Indonesia*. Jakarta.

- Putra, A. S. (2019). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan CV Wira Sukses Jaya Medan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea Volume3No.2* , 7.
- Rahma Nur Fathiyah, N. R. (2019). Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton pada Channel YouTube Atta Halilintar. *Jurnal Komunikasi ACTA DIURNA Vol.5 No.2* , 21.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1* , 9.
- Rima Dwi Anggraeni, E. P. (2018). Pagaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Survey pada Peminat Kosmetik LT Pro yang Dipengaruhi oleh Video Vlog Ini Vindy di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 60 No. 1* , 8.
- Rumondang Eliza Maria Sinaga, A. K. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Maybelline Kondumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetika Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 63 No. 1* , 10.
- S, D. A. (2013). *Data dan Pengumpulan Data Penelitian*. Surakarta: Politeknik Kesehatan Surakarta.
- Stephanie, E. (2013). Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Atas Iklan pada Produk Shampo L'Oreal di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No.2* , 21.
- Social, W. a. (2020, Januari 30). *Digital 020: 3.8 Billion People Use Sosial Media*. Retrieved Mei 15, 2020, from We are Social: <https://wearesocial.com/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wilga Secsio Ratsja Putri, R. N. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding KS: Riset & PKM Vol 3, No 1* , 5.