

DAFTAR PUSTAKA

- Agus. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. inet.detik.com.
- Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Anugerah, H. (2018). Implementasi Event Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.NIION. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 4, No. 2.
- Arsha, D. G. (2019). Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Melalui Youtube Channel. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 12, No. 1.
- Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Daniel. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 3.
- Dei, S. (2015). peran brand image memediasi pengaruh kredibilitas celebrity endorser terhadap purchase intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5.
- Faisal, S. Y. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 35, No. 1.
- Ferrinadewi. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Foster. (2016). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2.
- Friyani, J. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Mobil Daihatsu. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hariyanti, W. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era modern. *Jurnal Eksekutif* , Vol. 15, No. 1.
- Hermenda, S. T. (2019). the effect of social media influencer on brand image, self concept, and purchase intention. *Journal of Consumer Sciences*, Vol. 04, No. 02.

- Irpansyah, R. D. (2019). Kredibilitas dan Kekuatan Selebgram dalam Meningkatkan Minat Beli pada Toko Online di Instagram . *Journal of Economic, Business, and Accounting*, Vol. 2, No. 2.
- Kompyang, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5.
- Krypton, S. (2018). The Effect of Social media E-Marketing Towards Consumers Shopping Behavior. *Jurnal Vokasi Indonesia*, Vol. 6, No. 2.
- Kurniasari, B. (2018). Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian pada J.Co Donuts&Coffee . *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 1.
- Lubiana, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58, No.1.
- Meatry. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Mileva, F. (2018). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian. *Ilmu Administrasi Malang*, Vol. 58, No. 1.
- Moriansyah. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol.19, No. 3.
- Mustafa. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. goodnewsfromindonesia.id.
- Narayana, R. (2020). peran brand image memediasi social media marketing terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5.
- Pamungkas, Z. (2016). Pengaruh promosi di media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jombang*, Vol. X, No. 02.
- Ratnasari. (2016). Pengaruh social media marketing dan perilaku konsumen online terhadap brand story pada aplikasi line. *Subang, Jawa Barat*, Vol. 13, No. 1.
- Semuel, N. (n.d.). Pengaruh Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Purchase Intention pada Produk Kecantikan Makeover. *Surabaya, Universitas Kristen Petra*.
- Shiya, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek. *Jurnal Ilmu politik dan Komunikasi*, Vol. 8, No. 2.

- Sinaga, K. (2018). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk Maybelline. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 63, No. 1.
- Sugiharto, R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap pada Merek. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. 8, No 2.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2011). *"Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS". Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Supriyadi, W. I. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4, No. 1.
- Wardoyo, A. (2017). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 19, No. 1.
- Yaphyaputra, M. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Sealantwax. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 3, No. 2.
- Zukhrufani, Z. (2019). The effect of beauty influencer, lifestyle, brand image, and halal labelization towards purchasing decisions. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5. No. 2.