

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, A. C., & Winduwati, S. (2020). *Persepsi Pengguna Kosmetik terhadap Tayangan Youtube Tasya Farasya*. 257–263.
- Angella, T., & Rahmadi, M. (2020). Analisis Review Beauty Vlogger , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Analysis Of Beauty Vlogger Reviews , Product Quality , And Price On Buying Interest. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 7(Juni), 18–32.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Biya, F. (2022, 7 4). Retrieved from https://www.youtube.com/results?search_query=fatya+biya
- C&F. (2022, 2 24). 6 Beauty Influencer Indonesia Terpopuler yang Harus Kamu Tahu. Retrieved from cnfstore.com: <https://cnfstore.com/blog/post/beauty-influencer>
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi, Teori dan Aplikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dihni, V. A. (2022, 5 12). Pengguna Youtube India Terbesar di Dunia, Indonesia Urutan Berapa? Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/12/pengguna-youtube-india-terbesar-di-dunia-indonesia-urutan-berapa>
- Endraswara, S. (2006). *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*. Sleman: Pustaka Widyatama.
- Famous.Id. (2022, 7 9). Fatya Biya. Retrieved from famous.id: <https://www.famous.id/creator/fatya-biya>
- Fauziah, N., & Mubarok, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Journal IMAGE*, 8(1). 37-44.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc

- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity – Fourth Edition*. United States of America: Pretince Hall.
- Keller, Kevin Lane. (2013). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing* Vol. 57(1): 1-22.
- Kurniasari, Irma. (2017). *Pengaruh Country Image Dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea (Studi Kasus Pada Althea.kr)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Parwati, M. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Review Beauty Vlogger, Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision (Studi pada Pengguna Lipstick Wardah di Kota Surakarta)*. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Permitasari, N. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Produk Kecantikan Prosumer BLP Beauty*. 4.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Putri, D. E., & dkk. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rahmadinna, F. (2019). *Beauty Vlog dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda di Kota Jakarta*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Rifka, I. (2021, 12 18). *Sejarah, Evolusi, dan Pengertian Media Sosial*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=all>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Yusup, P. M., & dkk. (2010). Teori & Praktik Penelusuran Informasi (Teori & Praktik Penelusuran Informasi). Jakarta: Kencana.

Zarella, D. 2010. The Social Media Marketing Book. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.