

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Littlejohn, Stephen W& Karen A. Foss. (2011). *Theories of Human Communication, Tenth Edition*. USA: Waveland Press

Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat*. Jakarta : PT Indeks.

Suciati. (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Buku Litera.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL

Adeliasari, Vina Ivana, Sienny Thio. (2014). Electronic Word-Of-mouth (E-Wom) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya. *Jurnal*. Universitas Kristen Petra.

Adinda, Sakinah, Edriana. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi. *Jurnal*. Universitas Brawijaya.

Chin Teoh Khar, Siti Haslina Md Harizan. (2017). Factors Influencing Consumers' Purchase Intention of Cosmetic Products in Malaysia. *Laporan Penelitian*. IRC Publisher.

Erkan, Ismail. (2014). The Impacts of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumers Purchase Intentions. *Laporan Penelitian*. Sri Lanka.

- Flieri R&McLeay. (2014). E-WOM and Accommodation : An analysis of the factors that influence travelers. *International Travel Research*.
<https://doi.org/10.1177/0047287513481274>
- Irzandy MA Haris, Suharyono, Zainul Arifin. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal. Universitas Brawijaya*. Malang. Indonesia.
- Kuspriyono, Taat. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal. Universitas Bina Sarana Informatika*.
- Martina, Faulina. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Tutorial Review Make Up di Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikas Universitas Riau. *Jurnal. Universitas Riau*.
- Rahmi, Yaumul & Sekarasih, Laras & Sjabadhyni, Bertina. (2017). The Influence of Beauty Vlog on Perceived Source Credibility and Purchase Intention. *Jurnal. Universitas Indonesia*.
- Tariq, et al. (2017). EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: mediating role of brand image. *Jurnal. Pakistan Administrative Review*.

SKRIPSI

- Farasila, Iraisia. (2020). Hubungan Terpaan Iklan Pada Akun Instagram @sociolla dan Terpaan Online Customer Review Pada Sociolla Connect dengan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla. *Skripsi. Universitas Diponegoro*.
- Radana, Rafif Ghafar. (2022). Hubungan Terpaan Promosi Penjualan pada Instgram @workfoodhappy dan Terpaan Online Customer Review Pada

Google Review dengan Keputusan Pembelian di Work Food Happy Cafe.
Skripsi. Universitas Diponegoro.

Mulyani, Ninik. (2016). Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Harapan Jaya Kecamatan Semendawai Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu).
Skripsi. UIN Raden Fatah.

Rania, Fatma Razany. (2018). Pengaruh Persepsi Pada Electronic Word Of Mouth (Ewom) Melalui Beauty Vlogger Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Catrice. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

S.M. Nababan. (2014). Pendapatan Dan Jumlah Tanggungan Pengaruhnya Terhadap Pola Konsumsi Pns Dosen Dan Tenaga Kependidikan Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Skripsi*. Universitas Sam Ratulangi.

Wicaksono, Prio. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Tvc Bukalapak dan Tingkat Pendapatan Dengan Minat Bertransaksi Di Bukalapak. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Pantjawati, Juniar. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel. *Thesis*. STIE Perbanas Surabaya.

INTERNET

APJII. (Desember 2022). *Laporan APJII Profil Internet Indonesia 2022*. Diunduh pada 3 Januari 2023.

Bayu, Dimas Jarot. (2021). Survei : Masyarakat yang Alami Penurunan Pendapatan Akibat Covid-19 Meningkat. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/23/survei-masyarakat-yang-alami-penurunan-pendapatan-akibat-covid-19-meningkat>. Diakses pada 12 Juli 2022 pukul 16.02 WIB

Direktorat Pengawasan Kosmetik. (2022). Key Personnel Paham CPKB Merupakan Kunci Sukses Industri Kosmetik Dalam Negeri. Dalam <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/27620/KEY-PERSONNEL-PAHAM-CPKB-MERUPAKAN-KUNCI-SUKSES-INDUSTRI-KOSMETIK-DALAM-NEGERI.html> . Diakses pada 5 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

Firmansyah. (2021). Influencer Media Sosial Mega, Macro, Micro, dan Nano. Dalam <https://starngage.com/influencer-media-sosial-mega-macro-micro-dan-nano/> . Diakses pada 12 Juli 2022.

Indonesia, Data. (2022). Indonesia Miliki 9717 juta Pengguna Instagram Hingga Akhir 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>, Diakses pada 31 Januari 2023 pukul 16.15.

Martina Berto TBK. (2022). Laporan Tahunan PT. Martina Berto 2021. Diunduh pada 6 Januari 2022 pukul 12.21.

Putra, Yudha Manggala. (2021). *Penurunan Pendapatan Masyarakat Relatif Tinggi Saat Pandemi*. <https://republika.co.id/berita/qbvg8e284/penurunan-pendapatan-masyarakat-relatif-tinggi-saat-pandemi> . Diakses pada 7 September 2022 pukul 12.34 WIB.

Ramdhini Laila. (2020). *Meraup Untung dari Pertumbuhan Industri Kosmetik Lokal*. <https://www.alinea.id/bisnis/meraup-untung-dari-pertumbuhan-industri-kosmetik-lokal-b1UAj9f7I> . Diakses pada 18 Mei 2022. Pukul 09.00

Sadya, Sarnita. (2022). Penduduk Indonesia Didominasi Pria dan Usia Produktif pada 2022 . Dalam <https://dataindonesia.id/varia/detail/penduduk-indonesia-didominasi-pria-dan-usia-produktif-pada-2022> Diakses 20 Mei 2023 pukul 16.27 WIB.

Top Brand. Metodologi Survey. [https://www.topbranaward.com/metodologi
_____survei/](https://www.topbranaward.com/metodologi-survei/) Diakses pada 20 Mei 2022 Pukul 14.55.