

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati Maria Fransisca, Damaryanti Herlina, Prabowo Harjanto, Hamsal Prabowo. (2019). *The Impact of a Digital Influencer to the Purchase Decision.*: IPTEK Journal of Proceedings Series No. (5)
- Bambang D. Prasetyo, Nufian S Febriani, Wayang Weda Asmara, Dewi Dian Tamitiadini, Nia Ashton Destrity, Diyah Ayu Amalia Avina, Azizun Kurnia Illahi. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Cengiz Yilmaz, E. Eser Telci, Muzaffer Bodur, Tutku Eker Iscioglu. (2011). *Source Characteristics and Advertising Effectiveness The Roles of Message Processing Motivation and Product Category Knowledge.*:International Journal of Advertising, 30(5), pp. 889–914.
- Cnnindonesia. (2018, April 6). *Youtube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia*. Tersedia: www.cnnindonesia.com [6 April 2018].
- Detikhot. (2018, Oktober 1). *6 Influencer Indonesia dengan Penghasilan Fantastis*. Tersedia: www.detikhot.com [1 Oktober 2018].
- Enterprise, J. (2018). *Kitab Youtuber*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fasha, H. F. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Finna Anastasia, Sugiono Sugiharto. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's)*.:Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9, No. 1.
- Gunawan Leonardo, Haryono Selden, Andreani Fransisca. (2021). *Social Media Influencer Brand Awareness, And Purchase Decision Among Generation Z In Surabaya.*: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 23, No. 1
- Have, C. t. (2017). *Influencers and their influence on consumer-buying intentions The case of the Netherlands*. Master thesis Culture and Communication Erasmus University Rotterdam.
- Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermenda Atika, Sumarwan Ujang, Tinaprillia Netti. (2019). *The Effect Of Social Media Influencer On Brand Image, Self-Concept, And Purchase Intention*. *Journal of Consumer Sciences* Vol 4 No 2
- Idntimes. (2019, November 18). *Beauty youtuber terpopuler tajir melintir*. Tersedia: www.idmtimes.com [17 Mei 2021]

- Jung Eun Lee, Brandi Watkins. (2016). *YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions.*:Journal of Business Research - 09177; No of Pages 8.
- Kawatak, I. T. (2019). *Pengaruh Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan (Studi Pada Viewers Video Youtube Purbasari Channel Suhay Salim)*. Sarjana Departemen Manajemen Universitas Sanata Dharma.
- Larasati Virginia, Oktivera Elsie. (2019). *Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah.*: Jurnal Administrasi Kantor, Vol.7, No.1
- Liu Chengchen, Zhang Ya, Zhang Jing. (2018). *The impact of self-congruity and virtual interactivity on online celebrity brand equity and fans' purchase intention.*: Journal of Product and Brand Management
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Naik, R. (2016). *Bloggers-YouTubers influence on the Consumer Buying Behavior of Makeup products*. Project Dissertation Report Delhi School of Management 110042.
- Ngwono Otiende Linda. (2018). *Mpact Of Social Media Influencers On Social Brand Communication For Kenyan Tech Brands On Instagram*. United States International University-Africa.
- Oscar, N. I. (2017). *Pengaruh Beauty Blogger Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstick (Studi pada Beauty Blogger Lizzie Parra)*. Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmani, A. P. (2017). *Pengaruh Influencer Terhadap Persepsi Dan Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Kategori Merek Mewah*. Sarjana Manajemen Bisnis Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Rima Dwi Anggraeni, Edriana Pangestuti, Lussy Deasyana Rahma Devita. (2018). *Pengaruh Endorsement Influencer 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, Vol. 60, No.1.
- Rumondang Eliza Maria Sinaga, Andriani Kusumawati. (2018). *Pengaruh Youtube Influencer Terhadap Minat Beli Kosnumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia).*:Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 63, No. 1.

- Saima, Khan M. Altaf. (2020). Effect of Social Media Influencer Marketing on Consumers' Purchase Intention and the Mediating Role of Credibility.: *Journal of Promotion Management*
- Sallam, M. A. (2017). *Endorser Credibility Effects On Algerian Consumer's Attitudes Towards Advertising And Purchase Intention: The Mediating Role Of Attitude Toward Brand.*:*International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol.V, 88-106.
- Saputra, Y. A. (2016). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Raisa Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Pond's White Beauty (Studi Kasus Pada Mahasiswi FE UII).*:*Jurnal Management* (1459).
- Sartika, B. (2014). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica Dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen.*:*Jurnal Ekonomi*, Vol, 26, No. 2.
- Sayyid Agnar Caesar Purwanto Albin, Purwanto Teguh. (2019). *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Trustworthiness (Studi Pada Akun Instagram @KULINERSBY).* *Majalah Ekonomi* _ ISSN No. 1411-9501 _Vol. XXIV No. 2.
- Shoffner, L. K. (2019). *Parasocial Relationship Influence on CoverGirl Buying Intentions:Trust and Loyalty from SMI and Celebrity Endorsements.* Honors Thesis Appalachian State University.
- Sugiharto, S. A. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom).* Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Tekno.kompas. (2021, Februari 23). *Jumlah pengguna internet Indonesia 2021 tembus 202 juta.* Tersedia: www.Kompas.com [23 Februari 2021]
- _____. (2021, Februari 24). *Pengguna medsos di Indonesia habiskan 25 jam per bulan untuk nonton youtube.* Tersedia: www.Kompas.com [24 Februari 2021]
- Widodo, W. D. (2017). *Pengaruh Influencer Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention.* Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Widyanto Hanif Adinugroho, Agusti Cahya Rahmania Agusti. (2020). *Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z?.*: *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 13 No. 1Woodroof Parker J, Howie
- Katharine M, Syrdal Holly A, Meter Rebecca Van. (2019). *What's done in the dark will be brought to the light: effects of influencer transparency on*

product efficacy and purchase intentions. *Journal of Product & Brand Management*

Yusron, S. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik PIXY Di Toko Aster Malang*. Sarjana Manajemen Universitas Islam Malang.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

_____.2016.*Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta

_____.2017.*Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta

_____.2018.*Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta

_____.2020.*Annual Report* PT.Mandom Indonesia Tbk-Jakarta, Tahun 2020.