

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. (2014). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta : Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro.(2014). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- A Shimp, Terence. (2007). Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu). Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta:Erlangga.
- B.K Lewis, 2010. Social Media and Strategic Communication : Attitudes and Perceptions Among College Student. International Journal of Public Relation Society of America
- Chaplin, J. P. Alih bahasa oleh Kartono, K (2009). Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Rajawali Press
- Danim, Sudarwan (1995). Media Komunikasi Pendidikan. Jakarta. Bumi Aksara.
- Ferdinan.2016. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi Ilmiah Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hawkins, Best, Coney. 2004. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. New York: Mc Graw-Hill.
- Irwan. (2018). Dinamika dan Perubahan Sosial Pada Komunitas Lokal. Deepublish Yogyakarta.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler dan Keller. (2012).Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kriyantono, Rachmat.(2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika

Shimp, Terence .(2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta :Erlangga.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Wells, William, John Burnett, and Sandra Moriarty. (2000). Advertising: Principles dan Practise.Fifth Edition. Upper Sadle River.New Jersey: Prentice-Hall International Inc.

Alya Nurul Sa'diyah (2022) Pengaruh Terpaan Iklan Media Sosial terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.Vol 11.No9

Hariyanti dan Wirapraja. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern.Vol 15.No1

Jess Lee (2022).Pengaruh Celebrity Endorses, dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Lazada pada Masyarakat Kota Batam.Vol 4 No5

Kevin Karunia Yusuf /92021).Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Millenienbu (2022) Pengaruh Terpaan Iklan E Commerce Blibli.com terhadap Minat Beli Konsumen.Vol 1.No2

Muhammad Ariq Syah (2020).Analisis Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus pada Pengguna Femaledaily Indonesia).Vol 9.No 3

Via Carviola (2020). Pengaruh Intensitas Mmenonton Video Youtube dan Kredibilitas Beauty Vloggerterhadap Keputusan Pembelian.Vol 10.No2

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang, diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> pada 25 Mei 2024.

Salsabila (2022). Masuk 5 Top Brand Serum Lokal Terbaik, Growth Revenue Bio Beauty Lab Bukan Main! Diakses dari <https://compas.co.id/article/brand-serum-lokal/> pada 1 Mei 2024

Cindy Mutia Annur (2023). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023), diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-diindonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> pada 14 Mei 2024.

Cindy Mutia Annur (2024). 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Ppengguna Internet di Indonesia (Januari 2024), diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024> pada 14 Maret 2024

Naomi Adisty (2022). Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat, diakses dari <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> pada 14 Maret 2024

Ayu Yuliani (2017). Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online, diakses dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media) pada 18 Maret 2024

Bauki Eka Purnama (2023). 87% Konsumen di Indonesia Tertarik oleh Rekomendasi Influencer dan Selebritas, diakses dari

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/619432/87-konsumen-di-indonesia-tertarik-oleh-rekomendasi-influencer-dan-selebritas> pada 19 Maret 2024

Kementeriaan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2023). Efektifkah Iklan Sebagai Media Promosi Bisnis? Diakses dari <https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/efektifkah-iklan-sebagai-media-promosi-bisnis> pada 20 Maret 2024