

Daftar Pustaka

Buku

- Agus Purwanto, Erwan., Sulistyastuti, Dyah Ratih. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dr. Ir. H. R. Zulki Zulkifli Noor, SH, MH, MM,(2010) *Manajemen Pemasaran*, Penerbit CV. Budi Utama, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermawan Hartajaya. (2006). *On Marketing Mix*. Bandung: PT Mizan.
- Jefferly, H. (2016). *Youtube marketing panduan praktis dan lengkap belajar pemasra lewat youtube*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (edisi ke-13. Jilid-1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler Phillip, Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Pendekatan Tanya Jawab*. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: Medpress.

- Sutisna. (2008). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- A.Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi Delapan*. Jakarta : Salemba Empat
- Tatik Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Schiffman. Kanuk (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: Gramedia
- Tjiptono, Fandy., Chandra, Gregorius, Adriana, Dedi. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tranggono. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengantar Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal Nasional

- David, Eribka Ruthellia., Sondakh, Mariam., Harilama, Stefi. (2017). *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 1. Tahun 2017.
- Semuel, Hatane., Lianto, Adi Suryanata. (2014). *ANALISIS eWOM, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE DI SURABAYA*. Universitas Kristen Petra Surabaya. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014.
- Wardani, Annisa Kesuma. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Forum Online Female Daily Terhadap Minat Beli Produk Purbasari Di Kalangan Remaja Wanita*. Universitas Riau. Jom Fisip Vol. 4 No. 2 Oktober-2017.
- Musay, Fransisca Paramitasari . (2013). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian*. Universitas Brawijaya.
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K.N (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Universitas Merdeka Malang. Vol..3 No. 1 2016

Jurnal Internasional

- Christy M,K,C., dan Lee Matthew, K,O. 2010. “*What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms*”. *Article Of Decision Support System*.
- Goyette, et al. (2010). *E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*. *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: 5-23.
- Hennig-Thurau, T.; K. P. Gwinner; G. Walsh dan D.D. Gremler. (2004). *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: what motivates consumer to articulate themselves on the internet*. *Journal of interactive Marketing, Vol 18/I/2004, 38-52*.
- Jalilvand dan Samiei (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Journal of Maketing Practice*. Vol. 30 Issue: 4.
- Torlak, Omer., Ozkara., Tiltay and Dulger. (2014). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumer in Turkey*. *Journal of Maketing Development and Competitiveness, Vol. 8(2)*.
- Warmbrodt, John. (2007). *An exploratory study of the videoblogger's community*. *Masters Theses, Paper 4575*.
- Joe, Kent Kerby, (2004), *Essentials of Marketing Management, South-Western Publishing Co, USA*.

Skripsi

- Hutapea, Meiliana Mutiara Desmonda. (2016). *Beauty Vlogger Dan Brand Image (Survei Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Endorser Terhadap Brand Image Produk The Body Shop)*. Skripsi Universitas Gajah Mada Yogyakarta: tidak dipublikasikan.
- Romadhoni, Muhammad. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa FIK UNY*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Windaratu, Intanta. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Etude House*. Skripsi Universitas Telkom Bandung: tidak dipublikasikan.

Artikel Online

- Arsynta, Nanda. (2017). *RANDOMTALK CARA CEPAT MENGHILANGKAN BEKAS JERAWAT & BRUNTUSAN*, diakses pada tanggal 8 November 2017 pukul 12:22 WIB, dari <https://www.youtube.com/watch?v=ch945Igz-e4&t=445s>

- Do, K. (2016). *Korean Beauty Brands Reveal Their Best-Selling Products*, diakses tanggal 22 September 2017 Pukul 19:20 dari <https://www.soompi.com/2016/01/30/korean-beauty-brands-reveal-their-best-selling-products/>
- Khoirunnisa. (2017). *Bukan Facebook, Ini Aplikasi No.1 di Indonesia*. diakses pada tanggal 22 September 2017 pukul 20:40 WIB, dari <http://selular.id/news/social-media/2017/01/bukan-facebook-ini-aplikasi-no-1-di-indonesia/>
- Ratnaningsih, Dwi Nurr. (2016). *Beauty Vlogger Semakin Populer*, diakses tanggal 18 September 2017 Pukul 21:47 WIB, dari <http://koran-sindo.com/page/news/2016-01-26/4/12>
- Triyatmoko, Adi. (2017). *Top 10 Kosmetik Korea 2016-2017*, diakses 7 November 2017 pukul 19:15 WIB, dari <https://www.rangking10.com/2017/03/top-10-kosmetik-korea-terbaik-2016-2017.html>
- Faryzasanie. (2016). *Wajib Punya! Best Selling Produk Kecantikan Korea di 2016*, diakses tanggal 28 November 2017 pukul 16:14 WIB dari <http://beautynesia.id/9590>
- Aldinoa. Arjuna Putra (2017). *Revolusi Asuransi Jiwa dan Adaptasi Generasi Millenials*. Diakses tanggal 15 Desember Pukul 22:30 WIB dari <https://www.kompasiana.com/www.arjunabelajar.wordpress.com/59c95046900f991fba2b4833/revolusi-asuransi-jiwa-dan-adaptasi-generasi-milenial>
- Bachdar, Saviq (2017). *Beauty Vlogger: Dari Vlogger ke Entrepreneur*. Diakses tanggal 13 Desember 2017 pukul 18:30 WIB dari <http://marketeers.com/beauty-vlogger-dari-youtuber-jadi-entrepreneur/>
- Bachdar, Saviq (2017). *Beauty Vlogger dan Pengaruhnya Bagi Brand Kosmetik*. Diakses tanggal 20 Desember 2017 Pukul 22:15 WIB dari <http://marketeers.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/>
- Wulandari. Dwi (2017). *Empat Faktor Membuat Konten Youtube diminati Penonton*. Diakses tanggal 20 Desember 2017 Pukul 21:15 WIB dari <http://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand-communication/empat-faktor-yang-membuat-konten-youtube-diminati-penonton>
- Wulandari, Dwi. (2016). *Ramai Brand Korea Bertarung di Pasar Kosmetik, siapa menang?*. Diakses tanggal 3 Desember 2017 Pukul 16:05 WIB dari <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/ramai-brand-korea-bertarung-di-pasar-kosmetik-siapa-menang>

Review, Preview. (2017). *Review: Nature Republic Aloe Vera*. Diakses tanggal 3 Desember 2017 Pukul 11:55 WIB dari <https://kumparan.com/preview-review/review-nature-republic-aloe-vera>

Artikel Tanpa Nama Penulis

Nature Republic Google Search. (2017), diakses tanggal 22 September 2017 Pukul 18:05 WIB dari <https://trends.google.com/trends/explore?date=2017-01-01%202017-12-31&geo=ID&q=%2Fm%2F0yt06fr>

Kosmetik Korea terpopuler 2016 (2016). Diakses tanggal 28 November 2017 Pukul 15:40 WIB, dari <http://cosmopolitanfm.com/kosmetik-korea-terpopuler-2016/>

Buku:

Kotler Phillip, Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Sutisna. (2008). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Tatik Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Dr. Ir. H. R. Zulki Zulkifli Noor, SH, MH, MM,(2010) *Manajemen Pemasaran*, Penerbit CV. Budi Utama, Yogyakarta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Jurnal Nasional

Wardani, Annisa Kesuma. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Forum Online Female Daily Terhadap Minat Beli Produk Purbasari Di Kalangan Remaja Wanita*. Universitas Riau. Jom Fisip Vol. 4 No. 2 Oktober-2017.

Semuel, Hatane., Lianto, Adi Suryanata. (2014). *ANALISIS eWOM, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE DI*

SURABAYA. Universitas Kristen Petra Surabaya. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014.

Musay, Fransisca Paramitasari . (2013). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian*. Universitas Brawijaya.

Jurnal Internasional

Goyette, et al. (2010). *E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context*. Journal of Administrative Sciences, Volume 27: 5-23.

Christy M,K,C., dan Lee Matthew, K,O. 2010. “*What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms*”. *Article Of Decision Support System*.

Jalilvand dan Samiei (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Journal of Maketing Practice*. Vol. 30 Issue: 4.

Torlak, Omer., Ozkara., Tiltay and Dulger. (2014). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumer in Turkey*. *Journal of Maketing Development and Competitiveness*, Vol. 8(2).

Artikel Online

Kosmetik Korea terpopuler 2016 (2016). Diakses tanggal 28 November 2017 Pukul 15:40 WIB, dari <http://cosmopolitanfm.com/kosmetik-korea-terpopuler-2016/>

Faryzasanie. (2016). *Wajib Punya! Best Selling Produk Kecantikan Korea di 2016*, diakses tanggal 28 November 2017 pukul 16:14 WIB dari <http://beautynesia.id/9590>

Do, K. (2016). *Korean Beauty Brands Reveal Their Best-Selling Products*, diakses tanggal 22 September 2017 Pukul 19:20 dari <https://www.soompi.com/2016/01/30/korean-beauty-brands-reveal-their-best-selling-products/>

Do, K. (2015). *2015 K-Beauty Awards Skincare and Makeup Winners* diakses pada tanggal 18 September 2017 pukul 13:20 WIB. <https://www.soompi.com/2015/07/03/2015-k-beauty-awards-skincare-and-makeup-winners/>

Ratnaningsih, Dwi Nurr. (2016). *Beauty Vlogger Semakin Populer*, diakses tanggal 18 September 2017 Pukul 21:47 WIB, dari <http://koran-sindo.com/page/news/2016-01-26/4/12>

Skripsi: Romadhoni, Muhammad. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa FIK UNY*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan*. Yogyakarta: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: Medpress.

Agus Purwanto, Erwan., Sulistyastuti, Dyah Ratih. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.