

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, Said Luthfi dan Mirza Tabrani, “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Credibility*”, *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 9, No. 1 (2018).
- Anggraeni, Rima Dwi, Edriana Pangestuti dan Lussy Deasyana Rahma Devita, “Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* 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 (JAB)* 60, No. 1 (2018).
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- “*Beauty Vlogger* Semakin Populer,” 26 Januari, 2016, <http://www.koran-sindo.com/news.php?r=4&n=12&date=2016-01-26>.
- Ferninand, Agus, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: BPPE Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2002.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2009.
- Nugraheni, Arita, “*Rimba Kosmetik di Era Digital*” 7 Desember, 2016. <http://aritanugraheni.wordpress.com/2016/12/07/rimba-kosmetik-di-era-digital/>.

- Palupi, Dyah Hasto, "Viva *Cosmetics*, Pelopor Industri Kosmetik Tropis dari Surabaya" 12 September, 2019. <https://swa.co.id/business-champions/brands/legend-brand/viva-cosmetics-pelopor-industri-kosmetik-tropis-dari-surabaya>.
- Prayitno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Rahmawaty, Anita, *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2011.
- Ranierrens, "PT. Vitapharm (Viva *Cosmetics*)" 9 Oktober, 2014. <https://ranierrens.wordpress.com/2014/10/09/pt-vitapharm-viva-cosmetics/>.
- Sarashadi, Ginsan dan Amina Sukma Dewi, "Pengaruh Penggunaan *Vlogger Endorser* pada Iklan dalam Membentuk Niat Beli Konsumen", *Jurnal Bisnis & Manajemen* 18, No. 1 (2018).
- Sartika, Bahqrin dan Ign. Sukirno, "Pengaruh Kredibilitas *Endorser Agnes Monica* dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen," *MODUS* 26, No. 2 (2014).
- Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Indeks, 2004.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Shimp, Terence A, *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I Edisi Kelima*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Shimp, Terence A. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, terj. Harya Bhima Sena, Fitri Santi, Anisa Puspita Dewi, Jakarta: Salemba Empat, 2014.

- Sinaga, Rumondang Eliza Maria dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh *Youtube Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 63, No. 1 (2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Tim Penyusun, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an Departemen Agama RI, Semarang: Toha Putra, 1989.
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Wijaya, Finna Anastasia dan Sugiono Sugiharto, “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's)”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9, No. 1 (2015).
- Zaenuri, Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Data diperoleh penulis pada tanggal 15 Januari 2020.