

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2016). Pengaruh intensitas menonton televisi terhadap kedisiplinan anak dalam membagi waktu belajar di MAN 2 Model Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 305-319.
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on Youtube towards purchase intention by undergraduate students in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Service* (pp. 264-273). Bandung: ICEBESS 2016 Proceeding.
- Anggraeni, R. D., Pangestuti, E., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh endorsement beauty vlogger terhadap minat beli make up brand lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 60 No. 1, 155-162.
- Arani, K. (2011). Pengaruh Iklan Berdaya Tarik Seksual Terhadap Citra Merek Dan Minat Membeli Produk Parfum. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action 4th Edition*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Aulian, P. A. (2017, Maret 7). <http://tekno.kompas.com/>. Retrieved from <http://www.kompas.com/>: <http://tekno.kompas.com/read/2017/03/07/16001577/vlog.jokowi.dan.hasrat.kekinian>.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar offset.
- Arista, E. D., & Astuti, S. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Aset*, 37-45.
- Bemmaor, A. (1995). Predicting Behavior from Intention-to-Buy. *Journal of Marketing Research*, 176-191.
- Bestari, D. K. (2014). Hubungan terpaan iklan televisi Pizza Hut dengan motivasi konsumen Surabaya membeli produk Pizza Hut. *Commonline (Jurnal Online Departemen Komunikasi FISIP Unair)*, Vol.3 No.2, 157-170.
- Biel, J.-I., & Gatica-Perez, D. (2010). Voices of vlogging. *The Eleventh International AAAI Conference* (pp. 211-214). Canada: Association for The Advancement of Artificial Intelligence.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *Youtube: Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press.

- Crow, L. D., & Crow, A. (1973). *General Psychology*. New Jersey: Littlefield, Adams & Co.
- Dinisari, M. C. (2017, March 22). *Inspirasi: Life & Style*. Retrieved from Life & Style : <http://lifestyle.bisnis.com>
- Emily Walton-Pattison, S. U. (2016). "Just one more episode": Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology*, 3-18.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer behavior*. Chicago: The Dryden Press
- Ensour, H. S. (2015). The effect of using YouTube on youth worst and best case. *British Journal of Applied Science & Technology*, 286-304.
- Ferdinand, A. (2006). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategis*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gazzaniga, M. S. (2012). *Psychological Science. Third Canadian Edition*. New York: W.W Norton & Company, Inc.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I, Cetakan*. Penerbit CAPS: Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. USA: Mc Graw Hill.
- Hutagalung, V. E. (2014). Hubungan antara terpaan iklan billboard Erha Clinic dengan motivasi pria menggunakan pelayanan Erha Clinic di Surabaya. *Commonline (Jurnal Online Departemen Komunikasi FISIP Unair) Vol.3 No.2*, 343-355.
- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. New York: Pearson.
- Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. (2013, 11). Retrieved from Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 juta Orang: <https://kominfo.go.id>
- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (1996). *Marketing Research: An Applied Approach 5th Edition*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Lepisto, Emmi-Julia & Vahajylkka, Miina. 2017. *YouTubers' impact on viewers' buying behavior*. Bachelor's Thesis. JAMK University of Applied Sciences.
- Masajeng, R. (2016, August 21). *Local beauty vloggers you should follow right now*. Retrieved from The Jakarta Post: <http://www.thejakartapost.com/>
- McCarthy, E. J., Cannon, J. P., & Perreault, W. D. (2008). *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach 11th Edition*. New York: Mc Graw Hill.

- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa edisi 6 buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugraheni, A. (2016). *Rimba Produk kecantikan di Era Digital*. Diakses pada 19 Agustus 2018 dari <http://print.kompas.com/baca/2016/06/07/Rimba-Produk-kecantikan-di-Era-Digital>
- Nurarifiyani, F. (2016). Hubungan intensitas menonton tayangan iklan produk kecantikan dengan minat membeli pada mahasiswa perguruan tinggi swasta. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Page, R. M., & Zarco, E. P. (2001). Relationship between television viewing frequency and scores on shyness among Philippine high school students. *Psychological Reports*, 366-368.
- Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. (2017). Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://www.apjii.or.id/>
- Perdana, S. A., Medise, B. E., & Purwaningsih, E. H. (2017). Duration of watching TV and child language development in young children. *Paediatrica Indonesiana Vol.57, No.2*, 99-103.
- Rozak, A. (2016). Perilaku masyarakat desa terpencil menonton tayangan televisi. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama Volume 16, Nomor 2*, 101-112.
- Sari, E. S. (1993). *Audience Research Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsu*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, S. (1999). *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: P.T. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G. (2015). *Consumer Behavior Eleventh Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Stanton, W. J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.
- Sykes, Sarah. 2014. *Making sense of beauty vlogging*. Thesis. Carnegie Mellon University.
- Tren dan Perilaku Pasar Produk kecantikan Indonesia Tahun 2017*. (2017). Retrieved from Sigma Research: <http://sigmaresearch.co.id>
- Warmias, Putu S.E., Antara, Putu A., & Magta, Mutiara. (2016) Hubungan intensitas perilaku menonton televisi dengan resiko obesitas anak usia 5-6 tahun. *eJournal Pendidikan Anak Usia Dini Vol 4 No 2*.
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (1995). *Advertising: Principles and Practice*. New Jersey: Prentice Hall Inc.