

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurrahman dan Muhidin. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: Pusaka Setia.
- Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Akasara
- Bungin, B. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, R. (2009). *Cerdas Jelajah Internet*. Jakarta: Kriya Pustaka.
- Hasan, I.(2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Helianthusonfri, J. (2018). *Pasif Income dari Google Adsense*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hughes, M. (2005). *Buzz Marketing: Get People to Talk About Your Stuff*. New York: Penguin Group.
- Hughes,G. dan Chris Fill. (2008). *Marketing Communications*. USA: Butterworth-Heinemann
- Irawan, H. (2008). *Smarter Marketing Moves*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, H. (2006).*Marketing in Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. (2002). *Marketing Moves*. Boston: Harvard Bussiness School.
- Kotler, P. dan Armstrong, P. (2004). *Dasar- dasar Pemasaran: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.
- Markplus.Inc dan Zap. (2018). *Zap Beauty Index*.

- Masyhuri dan Zainuddin, M. (2008). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Peter, P. dan Olson, J. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosen, E. (2002). *The Anatomy of Buzz: How to Create Word-of-Mouth Marketing*. New York: Double day, random House Inc.
- Schiffman, L dan Kanuk. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M, dan Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Thamrin. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Thorne, L. (2008). *Word-of-Mouth Advertising Online and Off: How to Spark Buzz, Excitement, and Free Publicity for Your Bussiness or Organisation With Little or Less Money*. Florida: Atlantic Publishing Group, Inc.
- Tim APJII. (2018). *Buletin APJII*. Jakarta: APJII (Edisi 22- Maret 2018)
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- West, R dan Lynn H. T. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal:

- Chen, Y. dan Xie, J. (2008). *Online Customer Review: Word of Mouth as New Element of Marketing Communication Mix*. Management Science, 54(3), pp 477-491
- Goyette, I., dkk. (2010). *e-WoM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian Journal of Administrative Sciences, 27(1), pp 5-23.

- Hennig-Thurau, T., dkk. (2004). *Electronic Word-of-Mouth Via Customer-Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet*. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), pp 38-52.
- Jalilvand, M. dan Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention*. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), pp 460-476.
- Jeong, E. dan Jang, S. (2011). *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word of Mouth (e-WoM) Motivations*. *International Journal of Hospitality Management*. 30(2), pp 356-366.
- Kaplan, A. dan Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53, pp 59-68
- Teng, S., dkk. (2014). *Examining the Antecedents of Persuasive E-WoM Messages in Social Media*. *Journal Online Information Review*, 38(6), pp 746-768.

Online:

- Aruman, E. (2011). *Potret Generasi Paling Narsis Sepanjang Sejarah*. Terarsip pada <http://www.edhyaruman.com/2011/10/potret-generasi-paling-narsis-sepanjang-12.html>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2019 pukul 15.40 WIB.
- Ayuwuragil, K. (2018). *Youtube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia*. Terarsip pada <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 15.30 WIB.
- Azmil, F. (2013). *Sejarah Singkat Youtube, Situs Video Sharing Terbesar*. Terarsip pada <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>. Diakses pada tanggal 3 Februari 2018 pukul 18.20 WIB
- Bachdar, S. (2017). *Beauty Vlogger dan Pengaruhnya bagi Brand Kosmetik*. Terarsip pada <http://marketeters.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/>. Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 14.25 WIB.
- Bella, A. (2018). *Stephanie Lie Kenalkan Tiga Karakter Konsumen Make-Up*. Terarsip pada <http://marketeters.com/stephanie-lie-kenalkan-tiga-karakter-konsumen-make/>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2018 pukul 14.26 WIB.

- Bohang, F. K. (2016). *Orang Indonesia Getol Pasang Adblocker di Smartphone*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/06/02/20130047/Orang.Indonesia.Getol.Pasang.Adblocker.di.Smartphone> pada 10 Desember 2017 pukul 00.25 WIB.
- Dara, N. (2015). *Kosmetik Dalam Negeri Semakin Ditinggalkan*. Terarsip pada <http://editorial.femaledaily.com/blog/2015/08/03/kosmetik-dalam-negeri-semakin-ditinggalkan/>. Diakses pada tanggal 17 November 2018 pukul 02.10 WIB.
- Haumahu, Y. (2017). *Produk Kosmetik Lokal yang Semakin Laris di Pasaran*. Terarsip pada <http://sigmaresearch.co.id/produk-kosmetik-lokal-yang-semakin-laris-di-pasaran/>. Diakses pada tanggal 1 Desember 2017 pukul 11.15 WIB.
- Herlinda, W. (2016). *Bangkitnya Label Merek Makeup Independen di Indonesia*. Terarsip pada <http://lifestyle.bisnis.com/read/20160625/220/561249/bangkitnya-label-makeup-independen-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 5 Januari 2018 pukul 21.52 WIB
- Izazi, R. (2017). *Ini Lima Lipstik Paling Laris Sepanjang Tahun 2017, Mana Favorit Kamu?*. Terarsip pada <https://www.bukalapak.com/blog/beauty/ini-5-lipstik-paling-laris-sepanjang-tahun-2017-mana-favorit-kamu-7443>. Diakses pada tanggal 5 Januari 2018 pukul 22.10 WIB
- Katadata Indonesia. (2016). *Media Sosial, Alasan Utama Penduduk Indonesia Akses Internet*. Terarsip pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/14/media-sosial-alasan-utama-penduduk-indonesia-akses-internet>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 22.51 WIB
- Katadata Indonesia. (2017). *Salip Facebook, Youtube Paling Aktif di Indonesia*. Terarsip pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/16/salip-facebook-youtube-paling-aktif-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2017 pukul 15.30 WIB
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2015). *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik*. Terarsip pada <http://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 20.38 WIB
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). *Kian Kinclong, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. Terarsip pada <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinclong,-Industri->

Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen. Diakses pada tanggal 20 Maret 2018 pukul 23.06 WIB

Kinasih, R. (2018). *Strategi Cerdas Wardah Untuk Produk Kecantikan Halal*. Terarsip pada <https://id.ecommerceiq.asia/brand-series-kosmetik-wardah/>. Diakses pada tanggal 13 November pukul 22.40 WIB.

McGaiver, E. (2017). *7 Jenis Video Vlog yang Populer di Youtube Indonesia*. Terarsip pada <https://www.famous.id/video/personality/7-jenis-video-vlog-yang-populer-di-youtube-indonesia-170224q.html>. Diakses pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 09.45 WIB

Mulyadi, I. (2013). *Word of Mouth: Efek dari Kepuasan atau Ketidakpuasan*. Terarsip pada <http://www.marketing.co.id/word-mouth-efek-dari-kepuasan-atau-ketidakpuasan/>. Diakses pada tanggal 13 Desember 2017 pukul 16.38 WIB.

Mulyadi, I. (2016). *Mengapa Konsumen Sering Memilih Merek Asing*. Terarsip pada <http://www.marketing.co.id/mengapa-konsumen-sering-memilih-merek-asing/>. Diakses pada tanggal 1 Desember 2017 pukul 14.15 WIB.

Narendra, J. (2018). *Beauty Vlogger Indonesia dengan Penghasilan Fantastis*. Terarsip pada <https://hot.detik.com/celeb/4237570/6-beauty-vlogger-indonesia-dengan-penghasilan-fantastis>. Diakses pada tanggal 10 November 2018 pukul 20.07 WIB.

Nurfadilah, P.S. (2018). *Beauty Vlogger Berkembang Pesat di Ranah Industri Kecantikan*. Terarsip pada <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/21/071600726/beauty-blogger-vlogger-berkembang-pesat-di-ranah-industri-kecantikan>. Diakses pada tanggal 10 November 2018 pukul 20.00 WIB.

Pertiwi, W.K. (2018). *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*. Terarsip pada <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>. Diakses pada tanggal 11 November 22.38 WIB.

Praditya, D. (2018). *Tiga Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan Youtube di Indonesia*. Terarsip pada <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 6 Januari 2019 pukul 21.00 WIB.

Pramita, E. (2017). *Industri Kecantikan di Indonesia Alami Pertumbuhan Pesat*. Terarsip pada <http://majalahkartini.co.id/mode-kecantikan/kecantikan/industri-kecantikan-di-indonesia-alami-pertumbuhan-pesat/>. Diakses pada tanggal 1 Desember 2017 pukul 13.42 WIB.

- Primus, J. (2018). *Besar, Peluang Pasar Kosmetik Untuk Lelaki di Indonesia*. Terarsip pada <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/03/195211026/besar-peluang-pasar-kosmetik-untuk-lelaki-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 6 Januari pukul 21.50 WIB
- Ramdhani. (2017). *Merek Lokal Masih Mendominasi Pasar Kosmetik*. Terarsip pada <http://sigmaresearch.co.id/merek-lokal-masih-mendominasi-pasar-kosmetik/>. Diakses pada tanggal 2 Desember 2017 pukul 19.22 WIB.
- Safiera, A. (2016). *Produk Kosmetik Lokal, Industri Andalan Indonesia di 2019*. Terarsip pada <http://wolipop.detik.com/read/2016/06/16/071022/3234515/234/produk-kosmetik-lokal-industri-andalan-indonesia-di-2019/amp>. Diakses pada tanggal 5 Januari 2018 pukul 22.15 WIB
- Salim, S. (2016). *Q&A / Suhay Salim*. Terarsip pada <https://www.youtube.com/watch?v=1ae1nR-cfC0&t=14s>. Diakses pada tanggal 19 November 2018 pukul 19.14 WIB.
- Salim, S. (2017). *Q&A 2 / Suhay Salim*. Terarsip pada <https://www.youtube.com/watch?v=RZjQA67AzTM>. Diakses pada tanggal 19 November 2018 pukul 19.38 WIB
- Septania, R. (2017). *4 Sumber Pendapatan Youtuber Selain dari Adsense*. Terarsip pada <https://tekno.kompas.com/read/2017/12/28/19280027/4-sumber-pendapatan-youtuber-selain-dari-adsense>. Diakses pada tanggal 9 Desember 2018 pukul 15.45 WIB
- Sigma Research. (2017). *Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017*. Terarsip pada <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 22.42 WIB
- Youtube Creator. (2017). *Pelajaran: Kategori Youtube*. Terarsip pada <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/overview-categories?hl=id#strategies-zippy-link-1>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 19.18 WIB