

## Daftar Pustaka

### Buku :

- A. B., Susanto., dan Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan Publika
- Aaker, A. David. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Alsa, Asmadi. 2004. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertrand, Ina., dan Peter Hughes. 2005. *Media Research Methods: Audience, institutions, Texts*. New York: Palgrave McMillan
- Dedy, Kuswanto, 2012. *Statistik untuk pemula dan orang awam, Edisi revisi I*, Jakarta Timur: Laskar Aksara.
- Dellarocas, C. 2003. The digitization of word of mouth: promise and challenges of online feedback mechanisms, *Journal of Management Science* 49:10 Hal. 1407–1424.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ellison, G., dan D. Fudenberg, Word-of-mouth komunikasi dan sosial pembelajaran, *Quarterly Journal of Economics* 110 (1) (1995) 93-125.
- Emzir. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Godes, David., dan Dina Mayzlin. 2004. Using Online Conversations to Study Word of Mouth Communication. *Marketing Science*. Vol 23. No. 4
- 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, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet?. *Journal of Interactive Marketing*. Vol 38 : 52

- Hidalgo Alcázar, C., M. Sicilia Piñero, dan S. Ruiz de Maya. 2014. The effect of user-generated content on tourist behavior: the mediating role of destination image. *Journal Tourism & Management Studies*, Vol 10 (Special Issue), Hal 158-164
- Hogan, S. 2005. *Employees and Image: Bringing Brand Image to Life. The 2nd Annual Strategic Public Relations Conference*. Chicago: Lippincot Mercer.
- Jimenez, F.R dan Mendoza, N.A. 2013. Too Popular to Ignore: The Influence of Online Reviews on Purchase Intentions of Search and Experience Products. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 27 No.3.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Keller, Kevin lane. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip., Keller Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*, PT. Indeks., Jakarta. Keller,
- Kotler, Philip., Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Margono, 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Noble. 1999. Development in Marketing Science. Corall Gables, *Journal of Marketing Science*. Vol. 22, 1-5.
- Nurkholish Majid. 2014. *Analisis Pengaruh Electronic Word of mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang*. Diakses pada 13 Juni 2016. Tersip dalam <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=189936&val=6467&title=Analisis%20Pengaruh%20Electronic%20Word%20of%20Mouth%20terhadap%20Brand%20Image%20dan%20Dampaknya%20pada%20Minat%20%20Beli%20Smartphone%20Samsung%20di%20Kota%20Malang>
- Ouwesloot, Hans., dan Anamaria Tudorica. 2001. *Brand Personality Creation Through Advertising*. MAXX Working Paper 2001-01. Maastrich Academic Center for Research in Services.

- Riezebos, R. 2003. *Brand Management : A Theoretical and Practical Approach*. Groningen: Prentice Hall
- Suryabrata, Sumadi. 1994. *Metodologi Penelitian*. PT Raja Grafindo. Jakarta: Persada.
- Umar, H. 2000. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, Edisi Baru Cetakan 3*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Wertime, Kent., dan Ian Fenwick. 2008. *Digimarketing The Essential Guide to New Media & Digital Marketing*. Singapore: John wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd
- Wheeler, Alina. 2006. *Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands*, 2nd Edition. Philadelphia: Whiley.
- Yubo Chen dan Jinhong Xie. 2008. Online Consumer Review: Word-of-Mouth as a New Element of Marketing Communication Mix. *Management Science*. Vol. (54). No. 3. Hal. 477
- Yubo Chen dan Jinhong Xie. 2008. Online Consumer Review: Word-of-Mouth as a New Element of Marketing Communication Mix. Dalam Jurnal *Management Science*. Vol. (54). No. 3. Hal. 477

### Artikel Online

- Adiwaluyo, Eko. 2015. *Tidak Percaya Iklan, Bukan Berarti Tidak Membeli*. Terarsip dalam <http://marketeers.com/article/tidak-percaya-iklan-bukan-berarti-tidak-membeli.html>
- Azizah, Nora. 2016. *Video Kini Jadi Lahan Mata Pencaharian*. Terarsip dalam <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/06/13/o8og4b359-video-kini-jadi-lahan-mata-pencaharian>

- Bisnis Indonesia. *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik*. Diakses pada 5 Februari 2015 pukul 14.14 WIB. Tersip dalam <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>
- Deloitte. 2014. *The Deloitte Consumer Review The Growing Power of Consumer*. Diakses pada 17 Juni 2016. Tersip dalam <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consumer-business/consumer-review-8-the-growing-power-of-consumers.pdf>
- Edelman, D.C., Silverstein, M.J., & Chapuis, J. (1993). *Total brand management*. [www.bostonconsultinggroup.com](http://www.bostonconsultinggroup.com).
- Eka, Randi. 2016. *Masyarakat Indonesia Makin Selektif Berbelanja Berkat E-Commerce*. Diakses pada 10 Juni 2016. Tersip dalam <https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-berbelanja-berkat-e-commerce>
- Herlinda, Dita. 2015. *Beauty Vlogging: Hobi Yang Jadi Ladang Emas*. Tersip dalam <http://lifestyle.bisnis.com/read/20151114/220/492099/beauty-vlogging-hobi-yang-jadi-ladang-emas>
- Herlinda, Dita. 2015. *Mengintip Komunitas Beauty Vlogger Di Indonesia*. Diakses pada 5 Juni 2016. Tersip dalam <http://lifestyle.bisnis.com/read/20151114/220/492104/mengintip-komunitas-beauty-vlogger-di-indonesia>
- Hestianingsih. 2016 *Serba-serbi Jadi Vlogger Ini Konten Vlog dan Video YouTube yang Populer di Indonesia 2016*. <http://wolipop.detik.com/read/2016/05/13/170521/3209992/1133/ini-konten-vlog-dan-video-youtube-yang-populer-di-indonesia-2016>
- Indonesia Finance Today. *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Diakses pada 6 Februari 2015 pukul 11.30 WIB. Tersip dalam <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>

- Kemala Sari, Intan. 2015. *Trend Make up 2016 Booming Lipstick Matte di 2015, Masihka Eksis untuk Trend Make up 2016?*. Diakses pada 5 januari 2016 pukul 10.23 WIB. Tersip dalam <http://wolipop.detik.com/read/2015/12/18/092612/3099141/234/booming-lipstik-matte-di-2015-masihkah-eksis-untuk-tren-makeup-2016>
- Lubis, Miladinne. 2014. *Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja Online*. Tersip dalam <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>
- Maulana, Adhi. 2015. *Pengguna Internet Indonesia Didominasi Remaja dan Wanita*. Tersip dalam <http://tekno.liputan6.com/read/2197439/pengguna-internet-indonesia-didominasi-remaja-amp-wanita>
- Nielsen. 2015. *Rekomendasi Word of Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya oleh Konsumen Asia Tenggara*. Tersip dalam <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2015/REKOMENDASI-WORD-OF-MOUTH-MASIH-MENJADI-IKLAN-PALING-DIPERCAYA-OLEH-KONSUMEN-ASIA-TENGGARA.html>
- Peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/III/2012 Tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber. Tersip dalam Marketing.co.id. 2013. User Generated Content. <http://www.marketing.co.id/user-generated-content/>
- Profil Purbasari. Diakes pada 20 Januari 2015 pukul 17.00 WIB. Tersip dalam <http://www.purbasari.com/aboutus.php>
- Sentosa, Uji Agung. 2015. *Orang Indonesia Akses Internet 5 Jam Per hari* . Tersip dalam <http://industri.kontan.co.id/news/orang-indonesia-akses-internet-5-jam-per-hari>
- Setiorini, Amanda. 2016. *Kenapa Mahasiswa Kita Malas membaca?*. Diakses pada 16 Juni 2016 pukul 14.34 WIB. Tersip dalam <http://edukasi.kompas.com/read/2016/05/20/12411991/kenapa.mahasiswa.kita.malas.membaca>.

*Technopedia*. 2016. *User Generated Content. (UGC)*. Tersip dalam  
<https://www.techopedia.com/definition/3138/user-generated-content-ugc>

The Jakarta Post. 2016. *YouTube most popular app for Indonesian smartphones users*. Diakses pada 19 Juni 2016 pukul 17.05 WIB. Tersip dalam  
<http://www.thejakartapost.com/life/2016/06/17/youtube-most-popular-app-for-indonesian-smartphones-users.html>

Wiji Utomo, Yunanto. 2014. *Mengapa Manusia Gemar Nonton Film Gambar Kuno Tertua dari Trinil Beri Petunjuk*. Tersip dalam  
<http://sains.kompas.com/read/2014/12/08/11051451/Mengapa.Manusia.Gemar.Nonton.Film.Gambar.Kuno.Tertua.dari.Trinil.Beri.Petunjuk>