

DAFTAR PUSTAKA

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: MediaKita

Amini, Ayu Nefisia (2020) *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk MAYBELLINE (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas)*

Erna Ferrinadewi, (2005) Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya

Baran, Stanley J, Dennis K. Davis (2009). Teori Komunikasi Massa (Edisi terjemahan oleh Afrianto Daud dan Putri Iva Izzati). Jakarta : Salemba Humanika.

Bungin, Burhan. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Depok : PT Raja Grafindo.

Effendy. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Fahri Nur Taufik Ash-shiddieq, Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rossi Terhadap

Brand Image Sepeda Motor Yamaha, TELKOM Universitas, Bandung, 2014

Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Yogyakarta : Graha Ilmu

Ghozali Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2014

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133-146

Jalaludin Rahmat, 2005, Psikologi Komunikasi, Bandung; PT Remaja Rosdakarya

Lavenia, Calista Alessandro (2023) Peran Mediasi Brand Image Pada Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Poduk Skincare dan Makeup Nature Republic

Littlejohn, Stephen W Littlejohn dan Karen A Foss. (2005). Teori Komunikasi, Theories of Human Communication, Edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika

Machyudin Agung, (2020) Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory.

Netherlands: SAGE Publications, Ltd.

Muslim, I. S. (2012). PENGARUH DIMENSI CELEBRITY ENDORSER

TERHADAP CITRA MEREK Studi Pada Iklan Mie Sedaap Versi Edwin Lau Pada Mahasiswa Ilmu. Universitas Indonesia, Jakarta. Retrieved from [http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20280912-Indah Sulistyorini Muslim.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20280912-Indah%20Sulistyorini%20Muslim.pdf)

Nike Cholifah Suharyono Kadarisman Hidayat, Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang), Universitas Brawijaya, Malang, 2016

Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Nur Amalia, Sri Nuringwahyu & Dadang Krisdianto, Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk Wardah, Universitas Islam Malang, Malang, Pius Partanto. 2001. Kamus Ilmiah Populer. Surabaya: Arkola.

Poerwadarminta. (2006). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka

Tuten, T. L. (2008). Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world.

Reviona Denifa dan Aqida Nuril. 2021. "Pengaruh Konten Review Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Brand Image Kosmetik Madame Gie". eProceeding of Management. 8 (6).

Royan, F.M. (2004). Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Tuten, T. L. (2008). Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world.

Widodo & Mawardi. (2017). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 47 (1) : 63- 69.

Yogi Sugiarto Maulana, (2021) Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap CitraMerek dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan

<https://www.krjogja.com>

<https://www.maybelline.co.id/all-products/lips/lip-color/superstay-vinyl-ink?variant=40+WITTY&collection=null>

Berisatu.com

Asia Pasifik. CNBC Indonesia.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>



UNIVERSITAS
MERCU BUANA