

Daftar Pustaka

- Algifari. (1997). *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Yogyakarta: BPFE.
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Skincare Korea Selatan dan Lokal*. *Diponegoro Journal Of Economics*, Vol. 9, No. 4.
- Azwar, Saifuddin. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Johar. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi 2. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Databoks. (2020). *Produk Skincare Korea Selatan Jadi Pilihan Warga Asia*. Diakses pada 8 Januari 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/02/produk-skincare-korea-selatan-jadi-pilihan-warga-asia>
- Datareportal. 2021. *Reports Digital 2021 Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Dhestantya, Dhea. (2018). *Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim terhadap Keputusan Pembelian Wardah*. Skripsi. Banten: Universitas Sultan Ageng Tritayasa.
- Durianto, D., Sugiarto., Sitingjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ishak, Asmani. (2008). *Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Siasat Bisnis*, vol.12, no. 2.
- Kawatak, Ivana Theresia. (2019). *Pengaruh Beauty Vlogger Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- KBBI. 2021. *Kredibilitas*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kredibilitas>
- Kotler, P., Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*. Edisi 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Najihan, Nur Rafika Tien. (2017). *Efektivitas Beauty Vlogger Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan (Survey pada pengunjung dalam Video Youtube Wardah One Brand Makeup Tutorial Akun Abel Cantika)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Purbohastuti, A. W., Hidayah, A. A. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Jurnal Bisnis Terapan. Vol. 4, No. 1. Hlm, 37-46.
- Putra, Yanuar Surya (2016). *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*. Among Makarti. Vol. 9 No. 18. Hlm. 123-134.
- Rahmawati, Adelia. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital, Kepercayaan Pada Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Lokal*. Skripsi. Surakarta: UMU.
- Safira, Arsha., dkk. (2019). *Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Cantika Melalui Youtube Channel*. Profetik Jurnal Komunikasi. Vol. 12, No. 1.
- Savitri, S. A., Erdiansyah, R. (2019). *Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya)*. Jurnal Prologia, Vol. 3, No. 1.
- Sebayang, M. K., Siahaan, S. D.O. (2008). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatik Club (Mac) Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol.1, No.3. Hlm 117-125.
- Semarangkota.bps.go.id. 12 November 2021. *Badan Pusat Statistik Kota Semarang*. Diakses pada 16 November 2021, dari <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2021/11/12/226/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2020-sp2020-.html>
- Shimp, A Terence. (2003). *Periklanan dan Promosi Penjualan, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tadashi, Mauliddina Asa. (2021). *Atribut Endorser Suhay Salim Ditinjau Dari Karakteristik Dalam Model Komunikasi Tears*. Skripsi. Semarang: UNIKA.
- Walgito, Bimo. (1983). *Psikologi Umum*. Edisi 3. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Widoyoko, S. E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winoto, Yunus. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan*. Jurnal EduLib. Vol. 5, No. 2.
- Youtube.com. 21 Mei 2019. *Some By Mi SNAIL TRUECICA Miracle Repair Serum*. Diakses pada 13 Oktober 2021, dari <https://youtu.be/R43bWbDcE90>.
- Youtube.com. 11 November 2021. *Highlights of top watched content on YouTube / Brandcast VN 2021*. Diakses pada 24 Desember 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=hdkfe8icx94>
- ZAP. (2019). *ZAP Beauty Index*. Diakses pada 22 Desember 2021, dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>.

ZAP. (2022). *ZAP Beauty Index*. Diakses pada 22 Desember 2021, dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>.

ZAP. (2021). *ZAP Beauty Index*. Diakses pada 22 Desember 2021, dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>.

