

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Brown, D., & Sam, F. (2013). *Influence Marketing: How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*. Indiana: Que Publishing.
- Coolican, H. (2013). *Research Methods and Statistics in Psychology*. New York: Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design*. Singapore: SAGE.
- Frischmann, R. M. (2014). *Online Personal Brand: Skill Set, Aura, Identity*. California: Createspace Independent Publishing Platform.
- Grenny, J., Patterson, K., Maxfield, D., McMillan, R., & Switzler, A. (2013). *Influencer: The New Science of Leading Change* (Vol. 2). Toronto: McGraw-Hill Education.
- Heroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mamik. (2014). *Metode Penelitian Kesehatan*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion*. New York: Routledge.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution* (Vol. 2). London: Rowman & Littlefield.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung. : CV. Alfabeta.

Wrench, J. S., Thomas-Maddox, C., Richmond, V. P., & McCroskey, J. C. (2019). *Quantitative Research Methods for Communication: A Hands-On Approach*. New York: Oxford University Press.

Jurnal

Buegeler, C. (2015). Makeup, Your Mind: Social Expectations and Perceptions of Makeup Use.

Hafiz, K. A., & Ali, K. A. (2019). The Influence of Product Attributes on Young Consumers' Purchase Decision of Makeups among Malaysian. *The Mediating Effects of Perceived Brand Image, CEO's Image, and Quality*.

Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik Dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan. 25.

Paquette, E. (2020). The Marketing of Fame. *How Kim Kardashian has Sustained Her Fame, and What Companies Can Learn From Her*.

Razeghi, Y., Roosta, A., Gharache, M., & Alemtabriz, A. (2016). Understanding the Role of Entrepreneur's Personal Brand in SMEs Total Brand.

Simbolon, H. B. (2015). Pengaruh Motivasi Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Bagian Marketing Pada PT. Agung Automall Cabang Pekanbaru.

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image, and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions.

Skripsi

Annisa, F. (2018). Personal Branding Tokoh Politik Di Media Sosial Pada Pilkada Jawa Timur 2018. *Analisis Isi Akun Instagram Khofifah Indar Parawansa*.

Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk. *Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra*.

Hidayat, A. (2018). Niat Menggunakan Teknologi Informasi Ramah Lingkungan Dalam Perspektif Theory of Reasoned Action.

- Huangtama, G. L. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Sariayu.
- Kusumo, A. N. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Apple Watch.
- Nisrina, R. M. (2019). Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Influencer Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik L'oreal di Counter Matahari Departement Store Bandung Indah Plaza. *Survey Pada Pengunjung L'oreal di Counter Matahari Departement Store Bandung Indah Plaza.*
- Permana, B. (2017). Strategi Online Personal Branding Beauty Blogger Melalui Media Sosial. *Studi Kasus Elizabeth Christina Parameswari dalam Akun Instagram @bylizzieparra.*
- Permitasari, N. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Produk Kecantikan Prosumer BLP Beauty.
- Pramadi, S. (2019). Pengaruh Personal Branding Laudya Cynthia Bella Terhadap Brand Image Bandung Makuta Cake.
- Priady, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Humas Pemkab Bandung. *Studi Deskriptif Kualitatif di Humas Pemkab Bandung.*
- Priandaru, F. R. (2012). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Sikap Beli. *Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo.*
- Putri, B. N. (2019). Analisis Pengaruh Personal Branding Jovi Adhiguna Di Instagram Terhadap Atribut Celebrity Endorser Dan Dampaknya Terhadap Brand Awareness Multiple Fashion Product.
- Putri, C. H. (2020). Influencer Produk Kecantikan Dalam Mempromosikan Produk Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.
- Sholihah, A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi. *Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta.*
- Sukmawati. (2017). Implikasi Theory of Reasoned Action dan Etika Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Niat. *Studi Kasus Pada Kantor Samsat Kabupaten Kepulauan Selayar.*

Website

- Andini, P. (2020, Maret 23). *Keren! 5 Influencer Indonesia Ini Sukses Luncurkan Lip Prodcy yang Digemari Banyak Orang.* Diambil kembali dari Beautynesia.id: <https://www.beautynesia.id/berita-make-up/keren-5->

[influencer-indonesia-ini-sukses-luncurkan-lip-product-yang-digemari-banyak-orang/b-134992](#)

- BLP Beauty. (2020). *About*. Diambil kembali dari blpbeauty.com: <https://blpbeauty.com/pages/about-us>
- Dara, N. (2018, Maret 5). *Detail Article*. Diambil kembali dari Femaledaily.com: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2018/03/05/blp-beauty-lizzie-parra/>
- Farhana, K. (2020, Agustus 15). *Fimela Lady Boss: Kecintaan pada Dunia Kecantikan Buat Lizzie Parra Sukses Ciptakan BLP*. Diambil kembali dari fimela.com: <https://www.fimela.com/beauty-health/read/4331827/fimela-lady-boss-kecintaan-pada-dunia-kecantikan-buat-lizzie-parra-sukses-ciptakan-blp>
- Hourigan, A., & Tatas, M. (2020, September 23). *Top Beauty Bloggers With Makeup Lines in 2020*. Diambil kembali dari Finder: <https://www.finder.com/beauty-blogger-with-makeup-lines>
- Ibiz Coach. (2017, Agustus 3). *Pentingnya Personal Branding saat Anda Merintis Usaha*. Diambil kembali dari IbizCoach: <https://ibizcoach.com/pentingnya-personal-branding/>
- Jayani, D. H. (2020, Februari 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Diambil kembali dari katadata.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2019, September 20). *Kian Kinclong, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. Diambil kembali dari Kemenperin: <https://kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinclong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen>
- Koran Sindo. (2018, Februari 11). *Brand Bukan (Lagi) Pertimbangan Utama Konsumen Milenial*. Diambil kembali dari Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/1281147/34/brand-bukan-lagi-pertimbangan-utama-konsumen-milenial-1518312191>
- Krause, A. (2020, Maret 21). *Inside the Youtube beauty community that's turning makeup artists into millionaires*. Diambil kembali dari Insider: <https://www.insider.com/youtube-beauty-everything-you-need-to-know-jeffree-james-nikkietutorials-2020-3>
- Nurfadilah, P. (2018, Agustus 20). *Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat Hingga 16 Persen*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen>

- Putri, A. I. (2019, Maret 31). #BFA2019: Inilah Daftar Pemenang Popbela Beauty Awards 2019! Diambil kembali dari Popbela.com: <https://www.popbela.com/beauty/make-up/popbelacom-2/pemenang-popbela-beauty-awards/25> Popbela.com
- Rossa, V. (2018, Februari 23). *Milenial Ternyata Lebih Suka Kosmetik Keluaran Lokal*. Diambil kembali dari Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2018/02/23/203000/milenial-ternyata-lebih-suka-kosmetik-keluaran-lokal>
- Sharfina. (2018, Oktober 23). *Gaya Hidup*. Diambil kembali dari Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/famousid/5bcef33baeebe1227503de92/lizzie-parra-beauty-vlogger-yang-sukses-menjadi-entrepreneur>
- Shastri, P. (2020, Mei 6). *The Rise of Beauty Influencers*. Diambil kembali dari Indiatimes.com: <https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/straight-outta-runway/the-rise-of-beauty-influencers-18811/>
- Silaen, P. I. (2017, Maret 19). *BFA 2017: Speech dari Para Pemenang Beauty Award Ini Super Menarik*. Diambil kembali dari IDN Times.com: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/priscilla/bfa-2017-speech-dari-para-pemenang-beauty-award-ini-super-menarik/4>
- Tania. (2018, Maret 18). #BFA2018: Deretan Pemenang dalam Acara Beauty Awards di BeautyFest Asia. Diambil kembali dari IDN Times.com: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/ucila/beauty-awards-bfa2018/8>
- Valentina, J. (2018, Mei 6). *Up close and personal with the trio behind BLP Beauty*. Diambil kembali dari thejakartapost.com: <https://www.thejakartapost.com/life/2018/05/05/up-close-and-personal-with-the-trio-behind-blp-beauty.html>
- We Are Social. (2020). *Digital 2020*. Diambil kembali dari Hootsuite: <https://hootsuite.com/resources/digital-2020>
- Wilkinson, F. (2019, Desember 11). *Influencers: The Modern Entrepreneur*. Diambil kembali dari National Geographic: <https://www.nationalgeographic.org/article/influencers-modern-entrepreneur/7th-grade/>

