

## DAFTAR PUSTAKA

- Andry, L. (2012). Implementasi Technology Acceptnce Model (TAM) dalam Online Shopping. *jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.1 No.3.
- Baudrillard. (2018). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Budiargo. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Bungin. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chaniago, R. (2019). *Beauty Vlogger Dan Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan)*. Universitas Negeri Medan, Fakultas Ilmu Sosial.
- Creswell. (2016). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal Acta Diurna*, Vol.6 No.1.
- Fathoni. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fauzi, U. (2014). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Trakindo Utama Samarinda. *Ilmu Administrasi Bisnis*(Vol.2).
- Habermas, M. &. (2007). *Analisis Data Kualitatif, Buku Tentang Sumber Metode- Metode Baru*. (T. R. Rohadi, Penerj.) Jakarta: UI Press.
- Haryatmoko. (2016). *Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: Kanansius.
- Herdiansyah. (2013). *Wawancara, Observasi dan Focus Group*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Hutapea, M. (2016). *Pengaruh Beauty Vlogger Dan Brand Image: Survei Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Endorser Terhadap Brand Image Produk The Body Shop*. Universitas Gadjah Mada , Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Yogyakarta.
- Mastuti. (2008). *50 Kiat Percaya Dri*. Jakarta: PT.Buku Kita.
- Mawardi, W. (2017). Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Puchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.4 No.7.
- Melliana. (2006). *Menjelajah Tubuh : Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKis.
- Mulyana. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustari. (2011). *Nilai Karakter*. Yogyakarta: PRESSindo.
- Nasrullah. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,Sosioteknologi*. Bandung: Cet.Kedua,Simbiosa Rekatama Media.
- Neuman. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Nurzahra. (2014). *Fenomena Perkembangan Beauty vlogger Pada Perilaku Konsumtif Remaja ( Studi Kasus Perempuan Remaja Kota Jakarta)*. Universitas Negeri Jakarta, Fakutas Ilmu Sosial.
- Poerwadarminta. (2003). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Septianie. (2013). Pengaruh Menonton Tayangan Sinetron Love In Paris Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Pada Siswa SMP Negeri 3 Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1*.
- Sinaga, R. (2018). Pengaruh *Youtube Beauty vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi

Pada Pengguna Kosmetik Maybeline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 63.No.1.

Sudiantara. (2011). Remaja dan Pola Konsumtif. *Psikodimensia*, Vol.10 No.1.

Sugihartati. (2010). *Membaca Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Kanansius.

Sugiyono. (2010). *Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tambunan. (2001). *Remaja Dan Perilaku Konsumtif*. Diambil Kembali Dari [Www.E-Psikologi.Com](http://Www.E-Psikologi.Com)

Triyaningsih. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 172-177.