

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU DAN EBOOK

- Astri Rumondang, Acai Sudirman, dkk, 2020, *Digital Marketing and Consumer Behavior* ”, (Jakarta: Kita Writing Foundation)
- Bilson Simamora, 2008, *Pedoman Riset Perilaku Konsumen* , (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Dian Prjarini, 2020, hlm.5, *Media Sosial Iklan Instagram* , (Yogyakarta: Budi Utama)
- Dian Prjarini, Yogyakarta: Budi Utama, 2020, hlm.5 , “ Media Sosial Iklan Instagram”.
- Engel, dkk, 2005, *Perilaku Konsumen* , Terjemahan Budayaanto, (Jakarta: Binarupa Aksara)
- H. Muslich Anshori, Hj. Sri Iswanti, 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga university press)
- Hafied Cangara, 2016, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok: PT Raja Grafindo Persada)
- Hani Handoko dan Basu Swasta, 2000, *Analisis Perilaku Konsumen Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPEE)
- Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta, Gaung Persada Press)
- J. Jacoby, GV Johar, M. Morrin, Vol 49, H 319, *Perilaku Konsumen: Sebuah Quadrennium* , E-Book
- Jalaludin Rakhmat, 2017, “*Metode Penelitian Komunikasi* ” , (Bandung: Symbiosia Rektama Media)
- Jeff Madura , 2001, *Pengantar Bisnis*, Pengantar Bisnis, Tafsir Saroyini w. R.Cross, Salemba Empat, Jakarta
- Nanang Martono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Data Sekunder* , (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

- Nervous Kismono, 2001, *Pengantar Bisnis* , Edisi 1, Cetak 1, BPFE, Yogyakarta
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks)
- Purwanto, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Psikologi dan Pendidikan*, (Yogyakarta: perpustakaan mahasiswa)
- Rachmat Kriyantono, 2017, *Teknik Praktikum Riset Komunikasi* , (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Salih, Abdul Rahman, 2009, *Psikologi Sebuah Pengantar Perspektif Islam* , (Jakarta: Kencana)
- Soeharno, 2007, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset)
- Sofian Siregar, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*, (Jakarta: prenadamedia group)
- Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Ilmu Litbang*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiono, 2017, *Metode Penelitian Pendidikan dengan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Litbang*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2016, *Kuantitatif, Kualitatif , dan Metode Penelitian R&D* , (Bandung: Alfabeta)
- Swastha dan Irawan, 1997, *Manajemen Pemasaran Modern* , (Liberty Yogyakarta)
- Tim Penyusun Kamus Pusat, 2020, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* , (Jakarta: Balai Pustaka)
- Yoyo Sudaryo, dkk, 2020, *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* , (Yogyakarta: CV Andi Offset)

### **Skripsi dan Jurnal**

- Adinda Ficha Mega Rahmania Saiono, “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Vaseline Healthy White Insta Fair*”, diakses dari Jurnal Universitas Negeri Surabaya
- Ahmad Muzakki, 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Minat Pembelian Kembali Konsumen*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro)
- Carrere Angeline Harienda Putri, Tesis, 2020, *Beauty Product Influencer dalam Mempromosikan Produk Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*, (UIN Sunan Ampel Surabaya)
- Gayatri Hutami Putri & Bhina Patria, Vol. 4, No. 1, 2018: 33-41, “ *Pengaruh Instagram Celebrity Endorsements Terhadap Minat Beli Remaja Putri*”, diakses dari Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada
- Happer W Boyd, Walker, Orville C, dan Larreche, Jean-Claude, 2000, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Terjemahan Iman Narmawan, Erlangga
- Hera Wati, 9 no. 1 Terbitan, Desember 2019 Halaman 722-728. “ *Pengaruh Selebriti Sebagai Celebrity Endorsement Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*”, diakses dari Jurnal Sociitas Pendidikan Sosiologi
- Indah Purnama, Vol. 1 No 2, Juli 2020 “ *Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorserment Terhadap Minat Beli Konsumen*”, diakses dari Youth & Islamic Economic Journal
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Nasional*
- Manaf B. Raewf, Tsabit H. Thabit, Yaser A. Jasmin, Vol 5, No 1, *Hubungan Unsur Bauran Pemasaran dengan Perilaku Konsumen Selama Ketidakpastian Lingkungan: Kasus Pandemi Covid-19*
- Muhammad Fakhru Rizky NST, Hanifa Yasin, 2014, Vol 14, No. 02, ISSN 1693-7619, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Characterizing Medan*, diakses dari Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, STIE Nusa Bangsa
- Nur Iswati, Triana Ananda Rustam, 2022, Vol 8, No. 1, *Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Guardian Grand Batam Mall*”, diakses dari jurnal Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam

Riski Rosdiana dan Iyus Akhmad Haris, 2018, Vol 2, No 3, *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Membeli Produk Pakaian Secara Online* , Jurnal Sains dan Bisnis Internasional

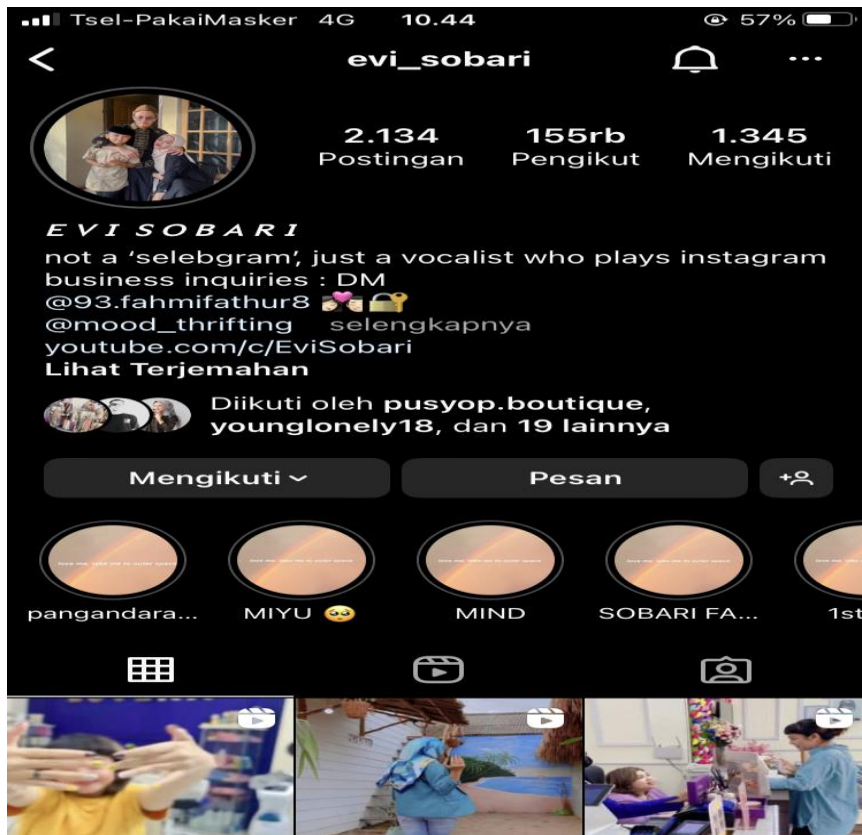
Sabrina Dimeila, Farid, Vol. 3, No. 1 Juli 2019, Hal 247-254 “ *Pengaruh Selebriti Endorser Instagram Terhadap Minat Beli Followers* ”, diakses dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

## LAMPIRAN

Pernyataan Kuisioner :

1. Evi sobari melakukan promosi dengan cara pendekatan kepada konsumen
2. Saya percaya influencer evi sobari mengatakan sesuai dengan kualifikasi produk
3. Saya percaya bahwa influencer evi sobari jujur dalam memberikan penilaian pada salah satu produk yang di riview
4. Saya percaya setelah saya melihat apa yang di riview evi sobari akan lebih memudahkan dalam memilih salah satu produk sesuai dengan kebutuhan
5. Saya percaya bahwa evi sobari memiliki wawasan yang cukup luas mengenai perawatan wajah
6. Saya percaya bahwa evi sobari memiliki beberapa keahlian dalam menggunakan make-up yang natural
7. Saya percaya bahwa evi sobari bisa memberikan tutorial make-up yang natural melalui video storynya
8. Saya tertarik ketika melihat rutinitas evi sobari memakai skincare
9. Saya tertarik ketika melihat penampilan fashion evi sobari
10. Saya mengapresiasi evi sobari memiliki attitude yang cukup baik
11. Ketika evi sobari meriview sebuah produk membuat saya melakukan pembelian karena rasa keinginan
12. Setiap saya melihat evi sobari meriview sebuah produk langsung mengajak orang terdekat untuk mencoba menggunakan produk tersebut
13. Setelah saya melihat evi sobari meriview sebuah produk, saya langsung merekomendasikan pada teman saya
14. Evi sobari merupakan bukti pendukung ketika saya melakukan rekomendasi
15. Saya adalah orang yang teliti dan konsisten dalam menggunakan dan memilih sebuah produk perawatan wajah
16. Ketika evi sobari melakukan riview sebuah produk itu sangat membantu saya untuk menemukan apa yang saya inginkan
17. Saya merasa cocok dengan produk yang selama ini evi sobari riview
18. Saya adalah orang yang sulit mempercayai sebuah produk dalam iklan

19. Setelah saya melihat evi sobari meriview sebuah produk, saya mencari testimony dari pengguna produk yang telah di riview evi sobari sebelum saya memutuskan untuk membelinya
20. Setelah melihat evi sobari meriview sebuah produk saya langsung mencari informasi tambahan mengenai produk tersebut



**EVI SOBARI**

evi\_sobari · Instagram

155 rb pengikut · 2,1 rb postingan

Anda mengikuti akun Instagram ini sejak 2021  
Anda berdua mengikuti lilosauthentic.id dan 11 lainnya

**Lihat profil**

27 NOV 2021

Assalamualaikum...ka evi punten aku mau izin 🙏

Aku neni mahasiswi uin banten

Kebetulan neni udah semester akhir, dan mau mengajukan judul ka

Kirim pesan...

Ini buat data-data yg saya ambil di skripsi saya ka 🙏

14 SEP 20.36



<https://forms.gle/uMSNfjuVCUMUwBYQ7>

Ka punten untuk link nya ini yah 🙏

18 SEP 17.08

ku harus ngapain ini  
maaf baru baca ya

Ketuk dan tahan untuk menanggapi

18 SEP 19.46

Hehe iya ka gapapa

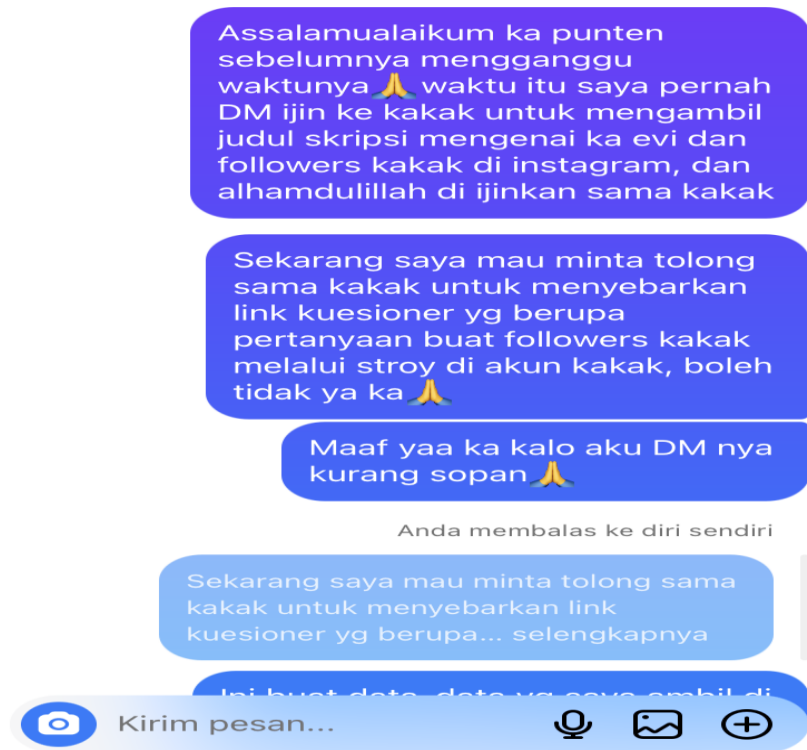
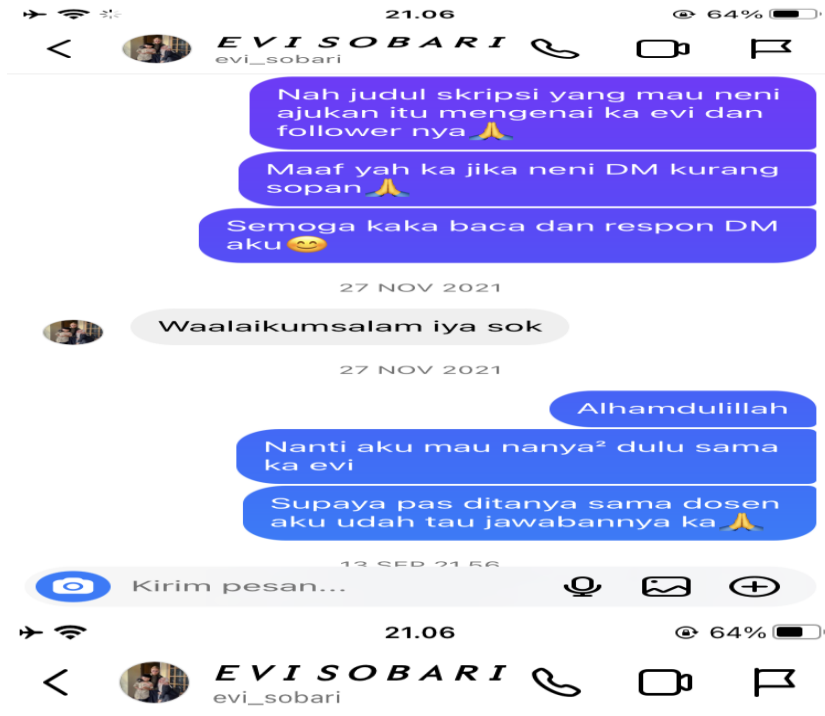
Anda membalas

ku harus ngapain ini

Mau minta tolong sebarin link kuesioner di story kakak aja sii hehe biar followers kakak banyak yg ngisi gitu

Tapi nanti lagi dibuat dulu ya ka punten 😊







**Dokumentasi**



