# DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Rine Suharsini. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.

Jakarta:Rine Citra

Baskoro, Adi. 2009. Panduan Metode Searching Penelitian Di Internet. Jakarta: PT Transmedia

Dr. Priyono, M. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif . Sidoarjo : Zifatama Publishing

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsaf at Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Ferdinand, Augusty. 2002. Pengembangan.Minat Beli, Merek, Ekstensi.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Jefkins Frank. 1995. Public Relations, Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.

1997. Periklanan, Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.

Kartono, Kartini. 1996. Pengantar Metodologi Riset Sosial, Bandung, Penerbit , Mandar Maju.

Kotler, Philip , and Gary Amstrong.2012. Prinsip - Prinsip Pemasaran, Edisi 13.

Jilid 1. Jakarta. Erlangga

Mulyana, Dedi. 2001. Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Morissan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana. Samsuri, T. (2003). Kajian, Teori, Kerangka Konsep dan Hipotesis dalam Penelitian.

Sugiyono. 2005. Memahami penelitian kuanitatif. Bandung: Alfabeta

. 2007. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

105

. 2008. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

. 2009. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

2017. Metode Penelitian Kuantitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

Wells, William Practice,,John Burnett, Sandra Moriaty . 2000. Adversiting Pririnciples and practife, Five Edition, New Jersey: Prentice-Hall International.

# JURNAL DAN SKRIPSI

Aina , Durrotul, dkk. (2020) Pengaruh Daya Tarik Dan Kredibilitas Beauty Vlogger Sebagai Celebrty Endoserser Terhadap Kepusan Pembelian (Studi pada subcribers youtube cahnnel suhay salim di indonesia)

Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). Perilaku Konsumen. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

(Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 63(1), 187–196. [www.pixability.com](http://www.pixability.com/)

F, Ahmad, C, Via (2020) Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube Dan Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi

channel youtube suhay salim Video “ Wardah insta perfect riview tutorial swatches)

Fatimah, I. P., & Nugrahani, R. U. (2021). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER ABEL CANTIKA TERHADAP SIKAP PADA BRAND

EMINA COSMETICS ( Studi Pada Remaja di Kota Bandung ). 8(2), 1866– 1873.

Kawatak, Ivana Theresia (2019). Pengaruh Beauty Vlogger dalam meningkatkan minat beli produk kecantikan (studi pada Viewers video YouTube Purbasari channel Tasya Farasya). Skripsi thesis, Sanata Dharma University.

Lutfiah, Mirza (2020). Pengaruh Riview Beauty Tasya Farasya Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi pada Mahasiswi FEBI angkatan 2018-2019 UIN Raden Intan Lampung)

Savitri, Aprillia , Sonya.(2020) Pengaruh Citra, Kredibilitas Dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up.

Tanjung, G. (2020). Pengaruh YouTube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Tudi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Retrieved from

# INTERNET

**https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-**

**tembus2026-juta**

**https://**[**www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-**](http://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-)

**populerdi-indonesia-20202021**

**https://**[**www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknlsemarang/bacaartikel/13988/Berkom**](http://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknlsemarang/bacaartikel/13988/Berkom)

**unikasi-Secara-Efektif-Ciri-Pribadi-yang-Berintegritas-Dan-Penuh-**

**Semangat.html https://**[**www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-**](http://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-)

**indonesia/ https://**[**www.kyndaerim.com/2019/11/kredibilitas.html**](http://www.kyndaerim.com/2019/11/kredibilitas.html)

**https://news.garudacyber.co.id/**

# LAMPIRAN

**KUESIONER PENELITIAN**

# PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAYBELLINE

(Pada Reseller Kosmetik di Kecamatan Warureja Kabupaten Tegal) Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka memenuhi tugas akhir saya yakni melakukan penelitian dengan judul PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAYBELLINE. Saya

memohon kesediaan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan sejujur - jujurnya. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas responden.

Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih Wassalamualaikum Wr. Wb.

**Indy Rahmawati NPM. 219500023**

Mahasiswa Ilmu Komunikasi

# PETUNJUK PENGISIAN

1. Mengisi identitas diri dengan lengkap pada lembar kuesioner
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (V) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda. pertanyaan/pernyataan kuesioner
3. Dalam setiap pertanyaan/pernyataan pada kuesioner memiliki 4 makna, sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

# IDENTITAS RESPONDEN

Email :

Nama Lengkap : Alamat :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan X | SS | S | TS | STS |
| 1. | Saya melihat beauty vlogger di Youtube sebanyak 2-5x dalam sehari |  |  |  |  |
| 2. | Saya mengenali beauty vlogger Tasya Farasya |  |  |  |  |
| 3. | Seberapa sering seseorang memahami review Tasya  Farasya |  |  |  |  |
| 4. | Seberapa lama seseorang bertahan melihat Tasya Farasya dalam kurun waktu lebih dari 30 detik |  |  |  |  |
| 5. | Pembawaan ekspresi dan gerak tubuh Tasya Farasya,  membuat saya tertarik untuk terus menonton |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan Y | SS | S | TS | STS |
| 1. | Saya menjadi tertarik untuk membeli produk  Maybelline, setelah melihat riview dari Tasya Farasya |  |  |  |  |
| 2. | Saya merasa, produk Maybelline sangat cocok  untuk mengatasi permasalahan di kulit wajah saya. |  |  |  |  |
| 3. | Saya ingin juga merekomendasikan produk  Maybelline kepada teman-teman |  |  |  |  |
| 4. | Setelah melihat video, saya ingin mengganti  skincare saya, dan mencoba menggunakan rangkaian skincare dari Maybelline |  |  |  |  |
| 5. | Selesai melihat video, saya lanjut mencari tahu  informasi mengenai produk Maybelline |  |  |  |  |



