



## DAFTAR PUSTAKA



### Buku teks

- Hapsari, Iriani Indri (2016), *Psikologi Perkembangan Anak*. Jakarta: Indeks
- Keller, Kevin Lane (2003), *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 2, New Jersey: Pearson Education Inc
- (2008), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip (2007), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: PT Indeks
- (2008), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta; Indeks
- (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga
- (2010), *Principles of Marketing*. Edisi 13, New Jersey: Pearson
- Kriyantono, Rachmat (2010), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Mulyadi, Seto, dkk (2016), *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Teori-teori Baru dalam Psikologi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk (2004), *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Education Inc
- (2007), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Soemanegara, Rd. (2008), *Strategic Marketing Communication*, Edisi 2, Bandung: Alfabeta
- Surwanto, Sarlito Wirawan (2015), *Teori-teori Psikologi Sosial*, Depok: Rajagrafindo Persada
- Syam, Nina W. (2012), *Psikologi Sosial sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Unaradjan, Dominikus Dolet (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Universitas Atma Jaya Jakarta

West, Richard dan Lynn H. Turner (2008), *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika

### Sumber dari Internet

Baer, Jay, 'Social Media Influencer versus Brand Advocates Infographic', *Convince and Convert*, diakses 2 Februari 2017

Hestingsih 2016, 'Ini Konten Vlog dan Video Youtube yang Populer di Indonesia 2016' *Wolipop*, diakses 23 Juli 2017.

Levesque, Jason 2014, 'How to Develop Brand Loyalty Through Social Media', *Socialnomics*, 7 Oktober, diakses 6 Desember 2016

Sari, Intan Kemala 2015, 'Ini Kata Blogger dan Makeup Artist Tentang Tren Kecantikan dari Media Sosial' *Wolipop*, diakses 23 Juli 2017.

'Beauty Youtubers' 2014, *Revolvy*, diakses 23 Juli 2017.

'How Digital is Changing Consumer Behavior' 2015, *Mediavision Interactive*, diakses 6 Desember 2016

'Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik' 2016, *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*, diakses 2 Desember 2017

'Pilihan Produk Kecantikan Bergantung Usia' 2012, *Kompas.com*, 25 Juli, diakses 28 Februari 2017

Alfian, 2012, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. Universitas Hasanuddin Makassar, diakses 28 Februari 2017,  
<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/2117/SKRIPSI%20LENGKAP-FEB-MANAJEMEN-ALFIAN%20B.%20%28A21107020%29.pdf?sequence=1>

Anshor, Sokhibul 2015, 'Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video terhadap Aktivitas dan Hasil Belajar Geografi', diakses 27 Februari 2017, <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JPG/article/view/10376>

Durrani, Baseer Ali, et al, Sajid 2015, 'Impact of Brand Image on Buying Behavior Teenagers', diakses 20 Februari 2017, <http://www.ejournal.org/index.php/esj/article/viewFile/5182/4917>

Fitria, Sisca Eka dan I Made Wijananda, 'Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada GO-JEK)', diakses 16 Februari 2017,



[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/107309/jurnal\\_eproc/jurnal\\_eproc.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/107309/jurnal_eproc/jurnal_eproc.pdf)

Kuncoro, Engkos Ahmad dan Adithya Wiranegara 2010, 'Pengaruh Promosi dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Porduk Telkom Speedy', diakses 20 Februari 2017, <http://eprints.binus.ac.id/5114/1/2010-1-00427-MN%20Abstrak.pdf>

Laila, Qumruin Nurul, 2015, 'Pemikiran Pendidikan Moral Albert Bandura', vol. 3, diakses 18 Februari 2017, <http://ejournal.kopertais4.or.id/index.php/modeling/article/view/740>

Nasuhah, Alfiyatun, 2016, Metode Pembelajaran Imla' Perspektif Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kasus di Kelas V SDIT Salsabila 2 Klaseman Yogyakarta), Universitas Islam Negeri, diakses 5 Februari 2017, [http://digilib.uin-suka.ac.id/20485/1/1420410063\\_ALFIYATUN\\_NASUHAH\\_FULLTEXT.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20485/1/1420410063_ALFIYATUN_NASUHAH_FULLTEXT.pdf)

Nibella, Andi Violetta, 2014, Peran Komunikasi Verbal dan Non-verbal dalam Penanaman Akhlak pada Anak Usia Dini di Taman Kanan-kanan Islam Al-Muttaqi'. Universitas Islam Negeri, diakses 24 Februari 2017, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26261/1/ANDI%20VIOLETTA%20NIBELLA-FDK.pdf>

Pramudito, Aria, 2013, 'Pengembangan Media Pembelajaran Video Tutorial pada Mata Pelajaran Kompetensi Kejuruan Standar Kompetensi Melakukan Pekerjaan dengan Mesin Bubut si SMK Muhammadiyah 1 Playen', diakses pada 27 Februari 2017, <http://eprints.uny.ac.id/10393/1/Jurnal%20Penelitian.pdf>

Sari, Desy Wulan dan Setiyo Budiadi, 'Pengaruh Persepsi Iklan di Televisi Produk Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi UKKI Angkatan 2011-2014 Universitas Negeri Surabaya)', diakses 20 Februari 2017, <http://ejournal.unesa.ac.id/article/17011/54/article.pdf> .

Sulistiyari, Ikanita Novirina dan Yoestini 2012, 'Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame', diakses 16 Februari 2017, <http://eprints.undip.ac.id/35772/1/SULISTYARI.pdf>

Data Jumlah Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Usia' 2016, *Jakarta Open Data*, 12 Agustus, diakses 30 Maret 2017

### Skripsi/ Tesis

Oktaviani, Yunike Cery (2014), Skripsi: Pengaruh *Brand Image* Uniqlo terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (Tidak Dipublikasikan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.