

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, A. (2011). *Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube*. Surabaya: Reform Media.
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net-Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriana. (2018). *"Efek Program Monthly Favorites Dalam Akun Youtube Suhay Salim Terhadap Perilaku Konsumtif Fanbase Tersuhaylah (Survei Pada Grup Line Fanbase Tersuhaylah)"*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). *"Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram"*. *Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No.2*, 261-263.
- Farasya, T. (2020, April). *Tasya Farasya Youtube Channel*. Dipetik Juli 16, 2019, dari Youtube: <https://www.youtube.com/channel/tasyafarasya>
- Fischer, T. (2014). *Crash/Cut Make up, Youtube and Amateur Media in the the Twenty-First Century*. Universitas of Calgary.
- Gozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariwijaya, M. (2007). *Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: ElMatera Publishing.
- Helianthusonfri, J. (2015). *Seo Pemula untuk Blogger*. Jakarta: PT. Alex Media.
- IDN Times. (2019, November 18). *5 Beauty YouTuber Indonesia dengan Subscribers Tertinggi*. Dipetik Maret 18, 2020, dari IDN Times Entertainment: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/nur-malika-1/beauty-youtuber-terpopuler-tajir-melintir-1/3>

- Kaplan, A. M., & Haenlin, M. (2010). *User of The World, Unite! The Challenges and Oppertunities of Social Media*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Larasati, A. T., & Manalu, S. R. (2017). "Dampak Menonton Vlog terhadap Perilaku Viewers Remaja (Studi Eksploratif Penonton Vlog)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- Media, L. (2009). *Youtube dan Google Video : Membuat, Mengedit, dan Upload Video*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip*. Jakarta: PT. Index.
- Sendjaja, D. (1999). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sendjaya, S. D. (2002). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenanda Media.
- Setiawan, B. (2005). *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Misteri denga Tingkat Kecemasanpada Remaja di SMP*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid I, edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Soehoet, H. (2002). *Teori Komunikasi 2*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP.
- Solikhah, J. M. (2018). *Kritik Sosial Dalam Video Blog (Analisis Isi pada Materi Video Blog Gita Savitri Devi, Playlist "Beropini" Periode 29 Januari 2017 – 05 Februari 2018) Skripsi*. Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

- Statista Research Department. (2019, Agustus 26). *Most popular YouTube channels subscribed by respondents in Indonesia as of June 2019*. Dipetik September 18, 2019, dari Statista Research Department: <https://www.statista.com/statistics/1032913/indonesia-most-popular-youtube-channels/>
- Statista Research Department. (2020, April 24). *Most popular social networks worldwide as of April 2020*. Dipetik April 26, 2020, dari Statista Research Department: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kencana Prenanda.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Top Brand Award. (2020, April). *Top Brand index 2020*. Dipetik Juli 16, 2019, dari Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Widodo, & Mawardi. (2017). "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 47 (1) , 63-69.
- Yasmine, A. (2019, Maret 6). *Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia*. Dipetik September 18, 2019, dari Kadata: <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia/>