

DAFTAR PUSTAKA

- (2020,07 17). Diambil kembali dari socialblade
- (2019, 12 20). Diambil kembali dari www.google.com
- (2020, 01 29). Diambil kembali dari female daily: <https://reviews.femaledaily.com>
- Amstrong, P. K. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Alfiansyah, R., & Listiani, E. (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi. Prosiding Manajemen Komunikasi, 157-162.
- Cholifah, Nike. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Brawijaya, Malang.
- Cukul,D.,2015, Business and Management Conference, *Fashion Marketing in Social Media:Using Instagram For Fashion Branding*, 116-129, Retrived from file:///C:/Users/MY%20PC/Downloads/proceeding-23-007-4324.pdf
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Sophaholic Di Samarinda.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, P. d. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. R. (2018). Dasar – Dasar Marketing. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Lab, T. (2019, 12 20). Diambil kembali dari Tumbuhlab.com: <https://tumbuhlab.com/>
- lab, T. (2020, 01 29). Diambil kembali dari www.instagram.com
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Martono, R. V. (2018). Manajemen Operasi : Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nandan, T. P. (2017). Purba, Togi Parulian & Limakrisna Nandan.Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia Edisi 2. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

- Kotler, Philip & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. USA: Pearson Education Limited.
- Lee, E.-J. & Shin, S.Y. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366
- Malhotra, K., & Birks, D. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach*. 3rd European Edition. Edinburgh: Pearson Education.
- Priansa, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sutanto, Monica Adhelia dan Atik Aprianingsih. 2016. The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*
- Siregar, Syofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual*. Jakarta: Kencana. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Wahana, A., Suyanto, M., & Amborowati, A. (2014). Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online. *Jurnal Sisfotenika*, 85-174.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta: Penerbit Araska.

