

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Aamir et al. 2019. "The role of Islamic marketing ethics towards customer satisfaction." *Journal of Islamic Marketing* (July).
- Achmad, Suryana H, dan Rahmat Hidayat. 2018. "The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention." *International Journal Of Accounting, Finance, And Economics*: 1–6.
- Agustiara, Rizka, Mari Okatini, dan Aam Amaningsih Jumhur. 2019. "Effect Of Beauty Vlogger Testimonial (Review) On Consumer Interest (Viewers) On Cosmetic Products." *Jurnal JOBS* 5(2): 149–56.
- Ahmad, Arifuddin, Tasmin Tangngareng, Amrullah Harun, dan Mashuri Masri. 2021. "Halal Product: New Market Opportunity in Challenging the Industrial Revolution 4.0." (January 2019): 2–8.
- Ananda, Azka Faranisa, dan Harimukti Wandebori. 2016. "The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger On Youtube Towards Purchase." *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*: 264–73.
- Andi, Ryan Tantri, dan Mochammad Mukti Ali. 2019. "Analysis of the Influence of Lifestyle on Purchasing Decision for Samsung Smartphone Products in Jakarta." *EJBMR, European Journal of Business and Management Research* Vol. 4(4): 1–8.
- Anggraini, Tifanny Riska. 2022. "Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman)." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 5(2): 143–61.
- Annisa, Dinda, dan Ama Suyanto. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli pada Konsumen & Followers Tuskbag Official." 6(1): 341–48.
- Aprillio, Rio Garia, dan Arry Widodo. 2020. "The Effect of Viral Marketing on Purchase Decision with Customer Trust as Intervening Variable." *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(2): 157–63.
- Ardiansyah, Fajar, dan Endi Sarwoko. 2020. "How social media marketing influences consumers ' purchase decision ? A mediation analysis of brand awareness." *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen* 17(2): 156–68.
- Arifin, Endro, dan Achmad Fachrodji. 2015. "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan." : 131.

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asriani, Demizsa. 2017. "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian." *Prosiding Manajemen* 3(1): 369–73.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Cetakan Ke. Jaka: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bachdar, Saviq. "Beauty Vlogger dan Pengaruhnya Bagi Brand Kosmetik." <http://marketeers.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya-bagi-brand-kosmetik/>.
- Budiarti, Lina, Rena Feri Wijayanti, dan Tri Yulistyawati Evelina. 2019. "Pengaruh Halal Certification Dan Halal Awareness Terhadap Minat Pembelian Produk Gunaan." *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 13(2): 150–55.
- Budiman, Fathan, dan Iain Salatiga. 2020. "Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)." 6(02): 385.
- Chalil, Rifyal Dahlawy, Juli Dwina Puspita Sari, Zikriatul Ulya, dan Abdul Hamid. 2020. *Brand, Islamic Branding & Rebranding*. Depok: Rajawali Pers.
- Choi, Grace Y., dan Elizabeth Behm Morawitz. 2017. "Giving a New Makeover to STEAM: Establishing YouTube Beauty Gurus as Digital Literacy Educators Throught Messages and Effects on Viewers." *Computers in Human Behavior* 73: 80–91.
- Cvijikj, Irena Pletikosa, dan Florian Michahelles. 2013. "Online engagement factors on Facebook brand pages."
- Dahmiri, Husni Hasbullah, dan Siska Sefrita Sari. 2020. "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian." 9(01): 15–22.
- Dahono, Yudo. 2021. "Data : Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021." <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> (November 6, 2021).
- Dinisari, Mia Chitra. "Kosmetik Asal Malaysia Ini Catat Kenaikan Penjualan 5 Kali Lipat di Indonesia." <https://m.bisnis.com/amp/read/20180719/220/818259/kosmetik-asal-malaysia-ini-catat-kenaikan-penjualan-5-kali-lipat-di-indonesia>.
- Divianjella, Monicha, Istyakara Muslichah, Zafirah, dan Hanoum Ahmad Ariff. 2020. "Do religiosity and knowledge affect the attitude and intention to use halal cosmetic products? evidence from Indonesia." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 2(2): 71–81.

- Duyen, Tran Nhu My. 2016. "Beauty Bloggers' Influence On Vietnamese Young Consumers." *Thesis Degree Programme In International Business. Faculty Of Business Administration. Saimaa University Of Applied Sciences*: 16. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/113179/Tran_Duyen.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Esfahani, Ali Nejatbakhsh, dan Ali Shahnazari. 2013. "Designing Halal and Pure Food Model by Emphasizing Consumer Behavior Management." *Journal of Basic and Applied Scientific Research* www.textroad.com 3(2): 574–78.
- Febriyanti, Rizky Suci, dan Aniek Wahyuati. 2016. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli." 5(5): 1–18.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furqon, Mohammad Amir. 2020. "Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 4(1): 79–90.
- Genoveva, Genoveva, dan Nadira Noor Utami. 2020. "the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4(2): 355.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, dan Hengky Latan. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARES Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Handaruwati, Indah, dan DewiAdhita Maharani. 2018. "Pengaruh Viral Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Camilan Khas Daerah Secara Online." *bisnis & manajemen* 04(02): 125–38.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Hendrayati, H, M Achyarsyah, dan N C Noorfadila. 2020. "Online Review By Beauty Vlogger and Its Impact On Purchase Intention." (January).
- Hidayat, Rahmat, dan Devrina Resticha. 2019. "Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)." *Journal of Business Administration* 3(1): 40–52.

- Hidayati, Nur, dan Linda Yuliandani. 2020. "Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah." *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)* 12(1): 65–76.
- HR. Al- Qadlaa'iy dalam Musnad Asy-Syihaab no.129, Ath-Thabaraaniy dalam Al-Ausath no. 5787
- Idris, Munadi, Nuraeni Kadir, La Ode Hidayat, dan Nur Rahmah. 2019. "Brand Religiosity Image: A Conceptual Review of Islamic Marketing." 92(Icame 2018): 215–20.
- Idris, Munadi, Haris Maupa, Mahlia Muis, dan Maat Pono. 2020. "Membangun Konsep Brand Religiosity Image dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris yang Relevan)." 6(01): 14–21.
- Indonesia, CNN. 2019. "Youtube Ungkap 2 Tipe Video Kesukaan Penonton Indonesia." <https://cnnindonesia.com/teknologi/20190821190938-185-423530/youtube-ungkap-2-tipe-video-kesukaan-penonton-indonesia>.
- Indonesia, Kementerian Perindustrian Republik. 2018. "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%." <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20> (November 7, 2021).
- . "Bidik Industri Halal Berdaya Saing Global, Kemenprin Siap Gelar ii-Motion." 25 Mei 2021. <https://kemenprin.go.id/artikel/22538/Bidik-Industri-Halal-Berdaya-Saing-Global,-Kemenprin-Siap-Gelar-ii-Motion>.
- Irawan, Anggi, dan Irwan Misbach. 2020. "Pengaruh viral marketing dan endorser terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel intervening." *Management and Business Review* 4(2): 112–26.
- Irwansyah, M. Rudi, Sunitha Devi, dan Luh Gede Kusuma Dewi. 2019. "The Influence Of Viral Marketing On Online Purchasing Decisions Of Students." *Advances in Economics, Business and Management Research. International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 19)* 103(January): 132–37.
- Jalil, Abdul Md, dan Muhammad Khalilur Rahman. 2014. "The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services : An Empirical Investigation in Malaysia." *Journal of Islamic Banking and Finance* 2(1): 209–29.
- Jesslyn, dan Eko Harry Susanto. 2018. "Analisis Penggunaan Label Halal pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat." 2(2): 385–91.
- Kaplan, Andreas M, dan Haenlein. 2011. "User of The World, Until The Challenges and Opportunities of Social Media Business Horizons." : 253.

- Konoras, Abdurrahman. 2017. *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2010. *Principles Of Marketing*. New Jersey.
- . 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 edisi Kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15 th. United States: Person Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, jilid 12*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- . 2009a. *Manajemen Pemasaran*. ed. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- . 2009b. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- . 2009c. *Marketing Management edisi kedua belas jilid 1*. Jakarta: PT.Indeks.
- . 2012. *Marketing Managemen*. 14 ed. England: Pearson Education.
- Kristanto, Okta Dwi, Ketut Indraningrat, dan Susanti Prasetyaningtiyas. 2017. “Pengaruh Viral Marketing , Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 11(1): 62–75.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom. 2020. “Pengaruh Islamic Branding , Kualitas Produk , dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8(2): 289–302.
- Lada, Suddin, Geoffrey Harvey Tanakinjal, dan Hanudin Amin. 2009. “Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2(1): 66–76.
- Lifestyle.bisnis.com. 2015. “Mengintip Komunitas Beauty Vlogger di Indonesia.” <https://lifestyle.bisnis.com/read/20151114/220/492104/mengintip-komunitas-beauty-vlogger-di-indonesia>.
- Lifestyle. 2015. “IndoBeautyVlogger.” <https://lifestyle.bisnis.com/read/20151114/220/492104/mengintip-komunitas-beauty-vlogger-di-indonesia>.
- Lina Amalia. “Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017.” <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>.

- M.Suyanto. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Madevi, Fadhila, Edy Yulianto, dan Aniesa Samira Bafadhhal. 2019. “*Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli (Survei Online Pada Pengikut Akun Instagram @ safiindonesia)*.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 77(1): 20–29.
- Majid, Muhammad Bilal, Irfan Sabir, dan Tooba Ashraf. 2015. “*Consumer Purchase Intention towards Halal Cosmetics & Personal Care Products in Pakistan*.” *Global Journal of Research in Business & Management* www.gpcpublishing.com 1(2): 47–55.
- Masruroh, Reni, dan Tri Sudarwanto. 2020. “*Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya)*.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 08(01): 716–22.
- Mawardi, M Kholid, dan Wulan Deasy Puspita Sari Widodo. 2017. “*Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 47(1): 63–69.
- Mega, Petra Surya W Christina Teguh. 2012. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Di Online Shop Specialis Guess*.” *JRMB* 7(2): 151.
- Miati, Iis. 2020. “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*.” *ABIWARA* 1(2): 74.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. 2017. *Hukum dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Press.
- Modding, Rudianto Basri, Jeni Kamase, dan Serlin Serang. 2020. “*The Lifestyle of Religiosity and its influence on the Purchase Decision of Islamic Products*.” *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)* 25(2): 10–15.
- Mongisidi, Sweetly Jane, Jantje Sepang, dan Djurwati Soepeno. 2019. “*Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect Of Lifestyle And Price On The Decision Of Purchase Of Nike Shoes (Case Study Of Manado Town Square)*.” *EMBA* 7(3): 2949–58.
- Muhajirin, Kamaluddin dan. 2018. “*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)*.” *Jurnal Akrab Juara* 3(2): 115.
- Muhamad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*.

(Jakarta: Rajawali Pers.

- Muliajaya, I made, I Nyoman Sujana, dan Luh Indrayani. 2019. “Pengaruh Viral Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11(2): 629.
- Muniarty, Puji et al. 2021. “Pengaruh harga & gaya hidup terhadap minat beli masyarakat.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS* 14(1): 91–102.
- Mustikasari, Ati, dan Sri Widaningsih. 2019. “The Influence of Viral Marketing toward Brand Awareness and Purchase Decision.” *Advances in Economics, Business and Management Research* 65(Icebef 2018): 647–50.
- Nielsen. “Konsumen Indonesia Lebih Suka Merek Kosmetik Global.” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesia-lebih-suka-merek-kosmetik-global>.
- Nurvia, Okta, dan Budi Sarasati. 2021. “The Influence of Beauty Vloggers on Purchasing Decisions Involving Skin Care Products.” *KnE Social Sciences* 2020: 65–79.
- Philip, Kotler, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- . 2018. *Principles of Marketing Management 17 th ed*. Pearson Prentice Hall: Global Edition.
- Politwika. 2015. *99 Cara Super Lesatkan Bisnis Via Social Media*. Jakarta: Grasindo.
- Putri, Anggina Tria, dan Rose Rahmidani. 2018. “Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang.” 1(4): 734–43.
- Qardhawi, Yusuf. 1993. *Halal dan Haram dalam Islam*. ed. Terjemahan oleh Mu’ammal Hamidy. Surabaya: Bina Ilmu.
- Research, Sigma. 2017. “Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Indonesia Tahun 2017.” *consumer research, survey kosmetik Indonesia*.
- RI, Departemen Agama. 2009. *Al-Quran Untuk Wanita Terjemah dan Tafsir*. Jakarta: Marwah
- Risna, Rahmad Solling Hamid, dan Salju. 2021. “Pengaruh Periklanan , Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 4(1): 82–100.
- Rudianto. 2021. “The Influence of Culture and Lifestyle on Purchasing Decisions

of Women's Clothing at Matahari Department Store, Palopo City." *International Journal of Management Progress* 2(2): 14–25.

Rumbiati, dan Heriyana. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja Online." 1(1): 57–65.

Safiindonesia.com. "Safiindonesia.com." <https://www.safiindonesia.com/>.

Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhani, dan Eka Dewi Setia Tarigan. 2016. "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan." *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3(1): 1–15.

Samidi, Sudarmawan, Dety Nurfadilah, Abdul Rivai, dan Suharto. 2016. "The Impact Of Islamic Branding On Consumer's Attitude Towards Soft Drink Product In Malaysia Entrepreneurship." *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship* 2(5): 66–77.

Sari, Anglesti et al. 2016. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @ MAKANANJEMBER (Effect of Viral Marketing Against Customer Buying Interest Through Customer Trust in Instagram @ MAKANANJEMBER)." *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.

Sariati, Ning Purnama. 2019. "Lifestyle Generasi Millennial Dalam Kerangka Pasar Ekonomi Halal." *ISTITHMAR* 3(2): 193–210.

Sarkar, Juhi Gahlot, dan Abhigyan Sarkar. 2017. "Brand Religiosity: An Epistemological Analysis of the Formation of Social Antistructure through the Development of Distinct Brand Sub-Culture." *Society and Business Review* 12(1).

Sarwat, Ahmad. 2014. *Halal atau Haram? Kejelasan Menuju Keberkahan*. Jakarta: Gramedia.

Satria. 2015. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry Di Kota Sungai Penuh Jambi." *Jurnal Kopertis*: 1–14. <http://ejournal.kopertis10.or.id/index.php/soshum/article/viewFile/136/64>. 6.

Schiffman, Leon G, dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen edisi ke 7*. Alih Bahas. Jakarta: Indeks.

Service, US Commercial. 2015. "Cosmetic & Toiletries Market Overviews." *US Department of Commerce*.

Setiadi, Nugroho. 2015a. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.

———. 2015b. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan*

dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Setyaningsih, Eka Dyah, dan Sofyan Marwansyah. 2019. "The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products." *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 3(1): 64–79.
- Shaari, Jamal Abdul Nassir, dan Nur Shahira bt Mohd Arifin. 2010. "Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study." *International Review of Business Research Papers, New York, USA* 6(4): 444–56.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shukla, T. 2019. "Factors affecting 'Internet marketing' campaigns with reference to viral and permission marketing." *The IUP Journal of Management Research* 9(1): 26–37.
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria, dan Andriani Kusumawati. 2018. "Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan PEmbelian Produk (Study pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 63(1).
- Skrob, Robert. 2005. "Open Source and Viral Marketing The Viral Marketing Concept as a Model for Open Source Software to Reach The Critical Mass for Global Brand Awareness Based On The Example of TYPO3." : 12. <http://www.fh.kufstein.ac.at/>. Diakses pada tanggal 14 September 2021 pukul 14:21 wib.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surabaya.id, Radar. 2020. "Gaya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik." <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/14/174764/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik>.
- Susilowati, Retno, Edriana Pangestuti, dan Aniesa Samira Bafadhal. 2019. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @ Kingmangosurabaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 66(1): 1–9.
- Sutisna. 2001a. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- . 2001b. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syamsurizal, dan Sri Ernawati. 2020. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima." 2(2): 177–83.

- Taufik, Nuryanti, Faizal Haris, Eko Prabowo, dan Allicia Deana Santosa. 2020. "Analisis Faktor Brand Religiosity Image Factor Analysis Brand Religiosity Image." 3(2): 98.
- Tirto.id, ZAP Beauty Indeks. 2018. "Saling Menguntungkan antara Beauty Vlogger dan Industri Kecantikan." <https://tirto.id/saling-menguntungkan-antara-beauty-beauty-vlogger-dan-industri-kecantikan-c2aa>.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- . 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV.ANDI.
- Turban, Efraim et al. 2015. *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective Eighth Edision*. Springer Of Cham Heidelberg New York Dordrencht London.
- Utami Putri, Telisiah. 2018. "Halal Logo, Beauty Blogger & Halal Marketing Package : Which One is the Most Influencing Factors that Lead into Purchase Decision on Halal Cosmetic." *International Journal of Engineering & Technology* 7(3.30): 575–79.
- Wajdi, Muhammad Farid, Hendy Mustiko Aji, dan Suwarsono. 2020. "Factors affecting the intention to purchase halal cosmetics on Instagram : E-WOM and brand image." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 2(1): 1–11.
- Widi, Rina Angesti. 2018. "Studi Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Karyawan." 2(1): 31.
- Wijaya, Darma. 2017. "Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Perspektif XV*(2): 82.
- Wiludjeng, Sri, dan Tresna Siti Nurlela. 2013. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt ' X .' " : 51–59.
- Yamin, Sofyan, dan Heri Kurniawan. 2011. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yeo, S F et al. 2020. "Viral Marketing Messages: Consumer Purchase Intention Towards Fashion Apparel." *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)* 5(30): 31–41. <http://www.ijafb.com/PDF/IJAFB-2020-30-12-14.pdf>.
- Youtube. "Review Produk Kosmetik 2018."
- Yulianti, Yanti, dan Yosini Deliana. 2018. "Gaya Hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi." *Jurnal AGRISEP* 17(1): 41.

- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yuswati. 2018. "Indonesian SPA as Sharia Tourism Education Opportunity." *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 231: 579–82. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.
- Yuswohady. 2014. *Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zaki, Ali. 2008. *7 CMS Pilihan untuk Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zukhrufani, Alfitri, dan Muhammad Zaky. 2019. "The Effect Of Beauty Influencer , Lifestyle , Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing." 5(2): 168–80.
- Zulkarnain. 2014. *ENTREPRENEURIAL MARKETING, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.