

DAFTAR PUSTAKA

- Beauty Journal. (2018). *Produk Emina untuk Kalangan Remaja*. Diakses 25 September 2019. Dari: <https://journal.sociolla.com/beauty/produk-emin-untuk-remaja-dengan-kemasan-yang-cute-kalian-harus-punya/>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Databoks (2019). Data Pengguna Televisi. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/televisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia>
- Data Reportal (2019). Social Media. Diakses 18 Juli 2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Dinda, A., Rara, D., & Irwansyah, I. (2018). Efektivitas Iklan YouTube Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian (Studi EPIC Model Pada Iklan YouTube "Saat Memesan Tiket Pesawat Tak Lagi Ribet" Pada Karyawan Di Jakarta). *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 3(1), 77-96.
- CNN Indonesia. (2019). *Kiat Sehat Mencuci Muka*. Diakses 10 Maret 2020. Dari: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191022115845-277-441738/kiat-sehat-mencuci-muka-usai-terpapar-cuaca-panas>
- Chandio, Z., Zafar, S., & Ahmed, S. (2015). Impact Of Social Media Marketing On Customer Purchase Intention. *IBT Journal Of Bussiness Studies (JBS)*, 11(1), 120-129.
- Ekarina. (2019). *Industri Kosmetik*. Diakses 03 Maret 2020. Dari: <https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>
- Emina. *Cleanser*. Diakses 10 Maret 2020. www.eminacosmetics.com
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hendryadi & Suryani. (2016). *Metodo Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Irwan, I. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosial Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1), 21-38.
- Jusuf , D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktet*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kurniawati, D., & Sipayung, C. A. G (2015). Iklan Manulife dan Brand Awareness (Studi Korelasional Analisis Iklan Manulife Terhadap Brand Awareness Nasabah PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia di Kota Medan). *Jurnal Simbolika : Research and Learning in Communication Study*, 1(1), 34-50.
- Lestari, D. (2018). Pengaruh Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam dan Fashion Hijab pada Followers Muslimah. *JOM FISIP Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5(2), 1-8.
- Lestari, T. (2015). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nofrion, S. (2016). *Komunikasi Pendidikan : Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin , I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan* . Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- PT Paragon Technology and Innovation. Diakses 10 Maret 2020. Dari <https://www.paragon-innovation.com/>
- Redaksi NewsLab. (2018). *Ekonomi, Kosmetik dan Perempuan*. Diakses 05 Maret 2020. Dari: <http://newslab.uajy.ac.id/2018/04/09/ekonomi-kosmetik-dan-perempuan/>
- Ronda, A. M. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media.
- Saputra, R., & Karneli, O (2018). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor Di Kabupaten Sijunjung). *JOM FISIP Ilmu Komunikasi*. 5(1), 1-19.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Askara.

- Siyoto , S., Kes, M., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- SMAI PB. Soedirman. Diakses 28 Mei 2020. <https://smai-soedirman-kotabekasi.sch.id>
- Sudrajat, R. H. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli (Studi pada Potongan Harga di Iklan Televisi Bukalapak.com Versi Hari Belanja Online Nasional 2015 Terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung. *Fakultas Komunikasi : E-Proceeding of Management*. 4(1), 972-984.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran : Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian* . Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wikantyas. A. (2016). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia Di Televisi Dan Brand Equity Tokopedia Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Tokopedia Sebagai Sarana Jual-Beli Online. Universitas Diponegoro.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.



KALBIS

Transforming Hearts and Minds