

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., H. (2015). *Partial Least Square (PLS)*.
- Agrawal, Supriti, dan Sareen, S. A. (2016). Flash Sales The Game Changer In Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1), 192-195.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*.
- Ariyanto. Aris, D. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi*.
- Cristea, A. (2014). Positioning Strategies for Obtaining and Sustaining Competitive Advantage. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(5), 894-902.
- Devica, S. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. *Bisnis Terapan*, 04(01), 47-56.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*.
- Dhestantya Dhea. (2018). *Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Wardah*.
- Duyen, T. N. M. (2016). Beauty Bloggers, Influence On Vietnamese Young Consumers. *Thesis Degree Programme in International Business Firlandia: Faculty of Business Administration, Saima University of Applied Sciences*.
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen

dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(1), 187–196. Retrieved from www.pixability.com

Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku Konsumtif Bandwagon Effect Followers Instagram Shopee pada Event Flash Sale. *Warta ISKI*, 4(02), 99–110. <http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.127>

Fachriel, F. (2014). Pengaruh Diskon Dan Kartu Member Terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus Pada Matahari Departement Store Jayapura). *Future: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 134–148.

Fayvichenko D. (2018). Formation Of Brand Positioning Strategy. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4(2), 245–248.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2th Edition*.

Handayani Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*.

Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0*.

Hutapea, M. M. (2016). An analisys of insight of women consumer's towards cosmetic products. *International Journal of Management Research & Review*, 246–250

- Kannan, N., Babu, K., Hu, Y. J., dan Narasimhan, S. (2016). *Social Media, Flash Sales, And The Maker Movement: An Empirical Analysis*.
- Kelly, R. C. (2020). Investopedia. (T. I. Team, Producer, & The Investopedia Team). Retrieved Mei 25, 2021, from *Investopedia*
Website:<https://www.investopedia.com/terms/b/Bandwagon-Effect.asp>.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.
Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan*.
- Laming, S. (2020). Trend E-commerce Pada Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Humano*, 11(2), 55–63.
- Limbong, G. V., Safrin, A. F., & Marpaung Nicholas. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Emina (Studi Pada Konsumen Emina di Plaza Medan Fair). *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 27–34.
- Lukmandaru, G., dan Istoto, Y. E. B. (2016). *Kewirausahaan Hasil Hutan*.
- Maulana, Y. S., dan Alisha, A. (2020). Inovasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86–91.
- Mayasari, N. A. (2020). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. 1–47.
http://eprintslib.ummg.ac.id/2453/1/17.0602.0023_BAB_I_BAB_II_BAB_III_BAB_V_DAFTAR_PUSTAKA.pdf

- Memey, & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 49–71.
- Mujiaty, Y., Asmadi, I., Novayanti, D., & Octafiany, H. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Positioning Terhadap Pembelian Produk Chocolatos PT Garudafood Jakarta. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 338–345. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.3976>
- Mukarramah, R. (2020). *Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)*. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/303/>
- Pambudi, R. N. I. (2022). *Pengaruh Brand Positioning Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Provider By. U di Malang*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Poniman, B., dan Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Salengke, H. H. (2019). *Angka Kelahiran Bayi Menurun, Pertumbuhan Ekonomi Jepang Terancam*.
- Sarassita, A. (2020). Pengaruh Lifestyle, Social Influence, Persepsi Kualitas, Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sari, L. N. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu. *Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu*, 1–110.
http://repository.iainbengkulu.ac.id/6004/1/SKRIPSI_LIDYA.pdf
- Sari N, P. A. (2019). Aktivitas Fisik Dan Hubungannya Dengan Kejadian Diabetes Militus. *Window of Health: Jurnal Kesehatan*, 2(4).
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria. Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(10), 187–196.
- Singka, C. N. (2021). *Pengaruh Program Flash Sales Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan Bandung)*.
- Sugiyono. (2017). *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Thendeano, C. R., Sutanto, J., Kristanti, M., Kristen, U., dan Siwalankerto, J. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di

- Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 35–51.
- Wijayana, D. P. (2016). *Brand Positioning Dan Trust Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPR JATIM Cabang Batu)*.
- Yunianto, H. R dan Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8, 21–28.
- Yusuf, A. (2018). *Kesehatan Jiwa Pendekatan Holistik Dalam Asuhan Keperawatan*.
- Zakiyyah A.M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery.” *Urnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 63–70