

DAFTAR PUSTAKA

- About Kylie Cosmetics. (2015). Diakses pada 22 Agustus 2017, dari <https://www.kyliecosmetics.com/pages/about>
- Alma, B. (2000). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabet.
- Anjar, A. (2017). Belajar Otodidak, Penata Rias Semakin Menjamur. Diakses pada 11 September 2017, dari <https://gaya.tempo.co/read/news/2017/09/10/110907842/belajarotodidakpenatariassemakimenjamur?TerkiniUtama&campaign=TerkiniUtama Click 8>
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnes, Z. (2015). Why Are So Many Women Obsessed with Getting Plumper Lips?. Diakses pada 22 Agustus 2017, dari <http://www.womenshealthmag.com/beauty/the-obsession-with-big-lips>
- Billboard Kylie Cosmetics [image] (2017). Diakses pada 14 September 2017, dari <https://www.instagram.com/p/BPBakc6hqAv/?taken-by=kyliejenner>
- Bishop, J. (2016). These Are The 10 Most Followed People On Instagram. Diakses pada 5 September 2017, dari <https://www.forbes.com/sites/bishopjordan/2016/12/04/most-followed-instagram/#478e6fc56041>
- Canal, E. (2016). *Kylie Jenner's Lip Kits, Social Status, And The Economics Of Scarcity*. Diakses pada 26 Agustus, dari <https://www.forbes.com/sites/emilycanal/2016/03/02/kylie-jenners-lip-kits-social-status-and-the-economics-of-scarcity/#c59f8252960c>
- Cangara, H. (2003). Pengantar Ilmu Komunikasi (Cetakan Keempat). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S.M., Allen H. C., Broom, G.M.(2005). *Effective Public Relations*. (Edisi 8). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- D'addario, D. (2015). Kylie Jenner: I Want to Be "an Inspiration for Young Girls". Diakses pada 5 September 2017, dari <http://time.com/4087040/kylie-jenner-interview/>
- Davis, K. (2010). *Organizational Behavior – Human Behavior at Work* (13th Ed.). New Delhi: Mcgraw Hill Company.
- Demers, J.(2017). Why Instagram Is The Top Social Platform For Engagement (And How To Use It). Diakses pada tanggal 1 Februari 2018, dari <https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2017/03/28/why-instagram-is-the-top-social-platform-for-engagement-and-how-to-use-it/#66669a6f36bd>
- Dian, M. (2016) Meski Mahal Setelah Masuk Indonesia, Lip Kit Kylie Jenner Tetap Laris Manis. Diakses pada 26 Agustus 2017, dari <https://www.fimela.com/beauty-health/meski-mahal-lip-kit-kylie-jenner-tetap-laris-manis-160317f.html>
- Dimiyati dan Mudjiono. (2009). Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Durianto, D., Sugiarto, Sitinjak, T. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O.U. (2011). Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Egan, J. (2007). *Marketing Communications*. London: Thomson Learning.
- Falletta, A. (2015). Kylie Jenner's Lip Kit Sold Out In 30 Seconds And People Everywhere Are Enraged. Diakses pada 23 Agustus 2017, dari https://www.buzzfeed.com/augustafalletta/kylie-jenners-lip-kit-sold-out-in-30-seconds-is-already-up-f?utm_term=.gpaMxYVWZ#.xuZxME6ed
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro
- Hair, J.F. Jr. , Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis, (5th Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Herlinda, W.D. (2016). Pilah-Pilih Tren Makeup Barat dan Timur. Diakses pada 21 Agustus 2017, dari <http://lifestyle.bisnis.com/read/20160514/220/547434/pilah-pilih-tren-makeup-barat-dan-timur>
- Hidayat. (2011). Metode Penelitian Kebidanan Dan Teknik Analisis Data. Jakarta: Salemba Medica.
- Intan. (2016). Kylie Jenner Ungkap Warna Terbaru Lipstik Lip Kit Hitam. Diakses pada 30 Agustus 2017, dari <http://beautynesia.id/6833>
- Jogiyanto, H. (2004). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. Yogyakarta: BPF.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2016). Jakarta: Indonesia.
- Kasiram, M. (2008). Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2002). Dasar-dasar Pemasaran (Jilid 1). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2015) *Principles of marketing* (16th ed.). U.S.A: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2013). Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13). Jakarta : Erlangga.
- Kylie Lip Kit [image] (2015). Diakses pada 16 September 2017, dari <https://www.kyliecosmetics.com/products/charm-velvet-lip-kit>
- Kylie Jenner [image] (2017). Diakses pada 16 September 2017, dari <https://www.popsugar.com/beauty/Kylie-Jenner-Holiday-Lip-Kits-Topshop-Swatches-44245000>
- Liza, F. (2016). *The Magical Touch of Make-Up For Indonesian Bride* (2nd ed.). Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lucas, D.B & Britt, S.H. (2003). *Advertising Psychology and Research*. New York: Mc Graw-Hill.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua). Jakarta: Salemba Empat.
- Mcneal, S. (2016). Kylie Jenner Is Changing Her Lip Kit Packaging After They Kept Getting Stolen. Diakses pada 10 September 2017, dari https://www.buzzfeed.com/stephaniemcneal/missing-kylie-lip-kit?utm_term=.xkRaLxOAg#.vxj7Wjwym

- Miechell. (2016). Ketua Panitia IMAE: Peminat Make Up di Indonesia Meningkat. Diakses pada 21 Agustus 2017, dari <http://beritahati.com/berita/21085/Ketua-Panitia-IMAE-Peminat-Make-Up-di-Indonesia-Meningkat>
- Moriarty, S., Mitchell, N.D., Wells, W.D. (2011). *Advertising & IMC: Principles and Practice (9th edition)*. New Jersey, U.S.A: Parentice Hall.
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2011). Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ouwersloot, H. & Duncan, T. (2008). *Integrated Marketing Communications*. United Kingdom: McGraw-Hill Education.
- Pickton, D. & Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communications (2ND ed)*. England: Pearson Education Limited.
- Profil Kylie Jenner [image] (2017). Diakses pada 17 September 2017, dari <https://www.forbes.com/profile/kylie-jenner/>
- Riduwan, M. (2002). Teori motivasi dan Aplikasi. Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ritter, L. (2017). *This Is the Most In-Demand Beauty Look Right Now, But No One Wanted It 5 Years Ago*. Diakses pada 22 Agustus 2017, dari <https://www.newbeauty.com/blog/dailybeauty/10390-fuller-lip-trend/>
- Robbins, S.P. & Timothy A. Judge, T.A. (2008). Perilaku Organisasi (Edisi dua belas). Jakarta: Salemba Empat.
- Rosen, E. (2000). Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut (The Anatomy of Buzz). Jakarta: PT. ELEX Komputindo.
- Sample Size Calculator [image] (2017). Diakses pada 24 September 2017, dari <https://www.surveysystem.com/sscalc.html>
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. (2007). *Consumer Behavior (9th ed.)*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons, New York.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Sernovitz, A. (2006). *Word of Mouth Marketing: How Smarts Companies People Talking*. Chicago : Kaplan Business

- Sernovizt, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smarts Companies People Talking*. Chicago: Kaplan Business
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, T.A. & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th Ed.). U.S.A: South-Western, Cengage Learning.
- Shimp , T.A. (2012) *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. (7th ed). U.S.A: Thomson South-Western
- Silverman, G. (2001). *The Secret of Word-of-Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales through Runaway Word-of-Mouth*. New York: AMACOM (American Management Association).
- Soraya. (2016). Harga Selangit, Lip Kit Kylie Jenner Tetap Laris di Indonesia. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2017, dari <https://www.kapanlagi.com/showbiz/hollywood/harga-selangit-lip-kit-kylie-jenner-tetap-laris-di-indonesia-d052db.html>
- Subagyo, P. J. (2015). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik* (Cetakan Ketujuh). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Silviana, M., dan Melone, M (2011). *The Power of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Sumarni, M. dan Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (Edisi 5). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariat : Arti & Interpretasi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Supranto, J., dan Limakrisna, N. (2016). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi (edisi 4)*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Susanto, P.A.S. (2010). *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Binacipta.
- Toko Kylie Cosmetics [image] (2017). Diakses pada 14 November 2017 dari, <https://www.instagram.com/p/BbdbvZulr2Y/?taken-by=kyliejenner>

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian* (cetakan pertama). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wirartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

