

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon & Riduwan. 2007. *Rumus dan data dalam analisis statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Aljufri, Alya. (2019). Pengaruh beauty vlogger terhadap minat beli produk wardah ditinjau dari ekonomi islam (pada mahasiswi Jurusan ekonomi islam febi uin alauddin makassar). Skripsi. FEBI, UIN Alauddin Mks.
- Chovalit, P. (2014). Factors influencing cosmetics purchase intention in thailand: A study on the relationship of credibility and reputation with the persuasive capabilities of beauty bloggers. Vol 7 No. 1, 34-42.
- Digimind.id. (2020). Data Produk Kecantikan Terlaris di E-Commerce. (diakses pada 10 oktober 2020, pukul 01.00 WITA).
- Ghozali. (2016), Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. (8th ed). Penerbit : Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hikmawati. (2019). The influence of credibility and attractiveness of beauty vlogger as a celebrity endorser on consumer purchase intention. *Journal of Business Management*, Vol. 9 No.1, 45-52.
- Kumparan. 3 Indonesia Beauty Vlogger dengan Penghasilan Tertinggi. 2019. <https://kumparan.com/karjaid/3-indonesia-beauty-vlogger-dengan-penghasilan-tertinggi-1rIjyrxHh3> (diakses pada 29 desember 2019, pukul 22. 30 WITA).
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed). Pearson Education.
- Luthie. (2004). Characteristics of innovating users in consumer goods field: An empirical study of sport-related product consumers, *Technovation*, Vol 24 No. 9, 683-95.
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, Vol 19 No.3, 39-52.
- Ohanian, R. (1991). The impact of celebrity spokespersons' perceived image on consumers' intention to purchase. *Journal of Advertising Research*. Vol 20 No.4, 57-70.
- Pornpitakpan, C. (2003). Validation of the celebrity endorser's credibility scale: Evidence from Asians. *Journal of Marketing Management*, 19(1-2), 179-195.
- (2014). How YouTube is radically transforming the beauty industry and what that means for brands. from <http://www.pixability.com>, (diakses pada januari 2020, pukul 15.05 WITA).



- Sarashadi & Dewi (2018). Pengaruh penggunaan vlogger endorser pada iklan dalam membentuk niat beli konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 18 No. 1, 41-52.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Statista. Annual beauty-related content views on YouTube from 2009 to 2018. 2019. <https://www.statista.com/statistics/294655/youtube-monthly-beauty-content-views/> (diakses pada 29 desember 2019, pukul 22.10 WITA)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tirto. Saling Menguntungkan antara Beauty Vlogger dan Industri kecantikan. 2018. <https://tirto.id/saling-menguntungkan-antara-beauty-vlogger-dan-industri-kecantikan-c2aa> (diakses pada 28 desember 2019, pukul 21.30 WITA)
- Widodo & Mawardi. (2017). Pengaruh beauty vlogger terhadap source characteristics serta dampaknya terhadap purchase intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 47 No. 1, 63-69.



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1 :



PROFIL

TEMPAT, TGL LAHIR:
Makassar, 14-08-1998

JENIS KELAMIN:
Perempuan

AGAMA:
Islam

ALAMAT:
Nusa Tamalanrea Indah
Jl. Cemara 2 Blok Gb No. 2

STATUS:
Belum Kawin

KONTAK

HP (WHATSAPP):
0822 5931 6069

INSTAGRAM:
rahmah.mukarramah

EMAIL:
rahmah.mukarramah@yahoo.com



Optimized using
trial version
www.balesio.com

CURRICULUM VITAE

RAHMAH MUKARRAMAH

PENDIDIKAN

Sekolah Dasar
SDN 1 INPRES
SUMBERJO (2010-2013)

Sekolah Menengah Pertama
SMPN 2 WONOMULYO
(2010-2013)

Sekolah Menengah Atas
SMAN 1 POLEWALI
(2013-2016)

PERGURUAN TINGGI
PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS (FEB) UNIVERSITAS HASANUDDIN.
(2016-2020)

Pengalaman Organsasi

IMMAJ (IKATAN MAHASISWA MANAJEMEN)
UNIVERSITAS HASANUDDIN.

Lampiran 2 : Kuesioner

Responden yang terhormat,

Saya adalah salah satu mahasiswi pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar yang sedang melakukan penelitian, dengan tugas akhir (skripsi) dengan judul “Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger terhadap Niat Beli pada produk kecantikan” : Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan sesuai dengan pengalaman anda dengan menonton konten dari Beauty Vlogger di YouTube. Kerahasiaan data responden menjadi tanggung jawab peneliti dan bersifat rahasia.

Atas partisipasi Saudari dalam mengisi daftar pertanyaan atau kuesioner ini, Saya ucapkan terimakasih.

Peneliti,

Rahmah Mukarramah



Identitas Responden

Nama :

Departemen:

- a. Ilmu Ekonomi
- b. Manajemen
- c. Akuntansi

Angkatan:

- a. 2016
- b. 2017
- c. 2018

Usia:

- a. < 20 Tahun
- b. 20-22 Tahun
- c. > 22 Tahun

Apakah anda pernah menonton konten tentang kecantikan yang dibawakan oleh beauty vlogger ?

- a. Ya
- b. Tidak

Petunjuk Pengisian:

dibawah ini sesuai dengan pengalaman anda setelah menonton konten kecantikan yang dibawakan oleh beauty vlogger dengan memberikan tanda centang () pada kolom yang tersedia dengan keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

i. Kepercayaan (*Trustworthiness*)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Tips kecantikan yang diberikan by vlogger dapat diterima dimngerti dengan baik.					



2	Saya percaya dengan pernyataan beauty vlogger pada videonya.					
3	Saya yakin beauty vlogger membagikan tips kecantikan dengan tulus dan sangat bermanfaat untuk saya.					

ii. Keahlian

Pernyataan		SS	S	N	TS	STS
1	Beauty vlogger adalah orang yang sangat berpengalaman dalam membawakan produk.					
2	Beauty vlogger adalah orang yang pandai dalam menggunakan make up.					
3	Saya merasa, beauty vlogger memiliki keunikan masing-masing dalam menggunakan make up.					
4	Beauty Vlogger adalah orang yang memiliki pengetahuan lebih seputar kecantikan.					

iii. Daya Tarik (*Attractiveness*)

Pernyataan		SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik dengan beauty vlogger melalui caranya menyampaikan informasi.					
2	Saya tertarik dengan penampilan dan gaya make up beauty vlogger.					
3	Saya merasa memiliki permasalahan kulit yang sama dengan beauty vlogger.					



iv. Niat Beli (Purchase Intention)

Pernyataan		SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin melakukan pembelian di masa mendatang.					
2	Saya ingin membeli produk karena manfaat dan kelebihan yang ada pada produk					
3	Saya ingin membeli produk karena tertarik dengan beauty vlogger yang mempromosikannya.					

Terimakasih atas waktu dan partisipasinya dalam mengisi kuesioner 😊



Lampiran 3 :

No Responden	Departemen	Angkatan	Umur	Media IG/Youtube
1	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
2	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
3	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
4	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
5	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
6	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
7	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
8	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
9	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
10	Manajemen	2016	>22 Tahun	IG&Youtube
11	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG
12	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
13	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
14	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
15	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
16	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
17	Manajemen	2016	>22 Tahun	IG&Youtube
18	Manajemen	2018	20-22 Tahun	Youtube
19	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
20	Manajemen	2018	<20 Tahun	IG&Youtube
21	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
22	Akuntansi	2016	20-22 Tahun	Youtube
23	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
24	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
25	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
26	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
27	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
28	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
29	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG
30	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
31	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
32	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
33	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
34	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	Youtube
	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG
	Ilmu Ekonomi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube



38	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
39	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
40	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG
41	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
42	Manajemen	2018	<20 Tahun	IG&Youtube
43	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
44	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
45	Manajemen	2017	20-22 Tahun	Youtube
46	Manajemen	2018	<20 Tahun	IG&Youtube
47	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
48	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
49	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG
50	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
51	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
52	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
53	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
54	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
55	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG
56	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
57	Manajemen	2016	>22 Tahun	IG
58	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
59	Akuntansi	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
60	Akuntansi	2018	<20 Tahun	Youtube
61	Akuntansi	2017	20-22 Tahun	Youtube
62	Akuntansi	2018	<20 Tahun	IG&Youtube
63	Akuntansi	2018	20-22 Tahun	IG&Youtube
64	Akuntansi	2016	20-22 Tahun	Youtube
65	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
66	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG
67	Ilmu Ekonomi	2016	>22 Tahun	IG&Youtube
68	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
69	Ilmu Ekonomi	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
70	Manajemen	2018	<20 Tahun	Youtube
71	Manajemen	2018	20-22 Tahun	Youtube
72	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
73	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG
74	Akuntansi	2016	20-22 Tahun	Youtube
75	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
76	Ilmu Ekonomi	2016	20-22 Tahun	Youtube
	Manajemen	2018	20-22 Tahun	Youtube
	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
	Manajemen	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube



80	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
81	Ilmu Ekonomi	2016	20-22 Tahun	Youtube
82	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
83	Manajemen	2016	20-22 Tahun	Youtube
84	Akuntansi	2017	20-22 Tahun	IG&Youtube
85	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube
86	Manajemen	2016	20-22 Tahun	IG&Youtube



No	Kredibilitas dimensi Kepercayaan (x1)			Kredibilitas dimensi Keahlian (x2)				Kredibilitas dimensi daya tarik (x3)			Niat beli (Y)		
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	3	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
10	5	3	3	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4
11	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
12	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	2
13	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4
14	4	3	3	5	4	5	4	5	5	2	5	5	3
15	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3



16	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
17	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
18	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
20	4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	2
21	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	1
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4
25	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
26	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
27	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
28	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2
29	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3
30	5	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
	5	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3



34	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5
35	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	2
36	4	4	3	3	5	3	4	4	2	4	2	4	2
37	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3
38	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3
39	4	4	2	4	5	5	5	4	5	2	4	4	2
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2
43	4	4	4	4	5	5	3	5	4	2	5	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
45	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4
46	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3
	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4
	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4



52	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
53	3	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4
54	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3
55	4	2	4	3	4	4	2	3	4	5	3	4	4
56	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3
57	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
59	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
60	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
61	4	2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2
62	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3
63	4	3	3	3	4	5	4	4	4	2	3	3	3
64	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
65	4	3	4	3	5	4	4	5	4	3	5	5	3
66	4	3	4	2	4	5	4	3	4	5	4	5	1
	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4
	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4
	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71	5	3	3	3	4	5	4	4	4	3	2	2	2
72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
73	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
74	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
75	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4
76	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
77	4	4	4	3	4	5	4	4	3	2	4	4	3
78	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	3	5	3
79	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
80	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3
81	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2
82	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3
83	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
84	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3
	5	3	3	4	4	5	5	3	4	3	3	4	2
	5	3	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	1

