

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alan, A. K., & Kabadayı, E. T. (2016). Quality antecedents of brand trust and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 619-627.
- Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir ad-Dimasyqi. (2017). *Terjemah Tafsir Ibnu Katsir*. Bandung : Sinar Baru Al-Gesindo
- Aljufri, A. (2019). *Pengaruh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk Wardah ditinjau dari Ekonomi Islam (pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) UIN Alauddin Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri AlauddinMakassar).
- Asnawi, Nur Dan Masyhuri. (2018). *Metodologi Risert Manajemen Pemasaran*. Malang. UIN Maliki Press
- Bastian, D. A. (2017). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Chan, K., Leung ng, Y., & Luk, E. K. (2016). Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents. *Young Consumers*, 14(2), 167–179
- Fenny, F., & Loisa, R. (2020). Pengaruh Endorsement oleh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Kosmetik. *Prologia*, 5(1), 94-100.
- Ferdinand, Augusty. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Ferdinand, Augusty. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferrinadewi, Erna. (2018). Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya. *Skripsi*. Universitas Kristen Petra