

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Strategi Promosi Jasa Fotografi di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 7(1), 55–63.
- Budiarto, D., & Kurniawan, A. (2020). *Digital Marketing dalam Era Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Damayanti, S., Pratiwi, N., & Rahman, H. (2022). Analisis Strategi Promosi Digital Make Up Artist di Era Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 11(2), 134–147.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2014). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrawan, A., & Kurniawati, T. (2020). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 245–257.
- Jones, G. (2010). *Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry*. Oxford: Oxford University Press.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan Industri Kosmetika dan Perawatan Pribadi*. Jakarta: Kemenperin.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (Global Edition). Pearson Education.
- Lestari, D., & Fitriani, W. (2021). Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Make Up Artist. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran*, 9(1), 87–95.
- Maharani, N. (2019). Pengaruh Testimoni Konsumen di Media Sosial terhadap Minat Beli Jasa Salon Kecantikan di Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 22–31.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Mangold, W. G., & Smith, K. T. (2012). Selling to Millennials with Online Reviews. *Business Horizons*, 55(2), 141–153.
- Milady. (2016). *Standard Makeup: Milady Standard Makeup*. Cengage Learning.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.

- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw-Hill.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pratama, R., & Dewi, A. (2022). Strategi Digital Marketing pada Jasa Wedding Organizer di Bandung. *Jurnal Pemasaran Modern*, 5(3), 89–97.
- Putri, R. A. (2019). Pengaruh Strategi E-Promotion terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer di Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 56–65.
- Rabiah, S., & Abadi, M. (2022). Strategi Promosi Digital pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jasa Kecantikan di Makassar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 44–58.
- Rahmawati, S. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 4(2), 75–83.
- Sari, N., & Nugroho, D. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention pada Industri Fashion di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 9(1), 1–12.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Statista. (2023). *Beauty & Personal Care Market in Indonesia*. Diakses dari <https://www.statista.com>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, I., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Social Media Engagement terhadap Purchase Intention pada Industri Kreatif. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Media*, 8(3), 210–223.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Wulandari, P. (2022). Pertumbuhan UMKM di Sektor Kecantikan Wilayah Kediri di Era Digitalisasi Promosi. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi Digital*, 3(2), 102–113.