

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Ariani, N. N., Giatman, M., & Yuliana, Y. (2022). Strategi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran usaha jasa make up artist. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(3), 363. <https://doi.org/10.29210/30031968000>
- Azah, S. M. (2018). Komunikasi Persuasif Instagram Fakhra Make Up Artist Menggunakan Analisis Image Frank Jefkins. *Repository.Usm.Ac.Id*, 1–11.
- Damayanti, D., Ali, S., & Destaia, M. (2018). ANALISIS STRATEGI E-PROMOTION JASA MAKE-UP ARTIST MELALUI INSTGRAM (Studi Pada Chels Makeup artist di Bandar Lampung). *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 267–277. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.933>
- Djuni Thamrin. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk La Omvi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 125–136. www.similarweb.com, 2021
- DWI UTAMI, H. (2024). DWI UTAMI, HARNINGTYAS. *ANALISIS*

PERSONAL BRANDING JASA MAKE UP ARTIST (MUA) MELALUI AKUN INSTAGRAM @READYSUBAGYO_MAKEUP., 1–7.

Fasya, K., & Putri, J. D. (2023). Keterampilan Teknik Mixing Foundation pada peserta kursus Makeup Kenanga Joko Wedding Sidoarjo. *Doctoral Dissertation, Universitas PGRI Adibuana Surabaya, 1.*

Framuditya Bagas Saputra, Amyra Syalsabila, Yurni Fadhillah, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum, 1*(3), 66–77. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.199>

Hadisarjana, S., Rahayu, M., Pramudyarini, R. A., & Yuniarti, N. (2022). Penciptaan Make Up Tokoh Karakter: Pertunjukan “JJ Sampah-Sampah Kota” Teater Koma. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna), 10*(1), 52–77. <https://doi.org/10.36806/.v10i1.144>

Khatibah, K. (2011). Jurnal Perpustakaan dan Informasi. *Iqra', 2275*(Penelitian Kepustakaan), 36–39.

Kholifah, N. U. R., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., & Dakwah, F. (2024). *KOMUNIKASI PEMASARAN MAKE UP ARTIST DALAM MENUMBUHKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Akun Instagram @ galih _ makeupartist)*.

- Kurniawan, F., Srigati, B., & Rahmayanti, D. R. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @Enowcustom. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i1.65>
- Manalu, H. M. S., & Thamrin, D. (2024). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brand Fashion 3second (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara). *Madani: Jurnal ...*, 2(8), 30–35. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/2625%0Ahttps://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/viewFile/2625/2716>
- Niffa Nadya Rizki. (2023). *Analisis penggunaan.. Niffa Nadya Rizki Mirella , Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2023.*
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Radja Erland Hamzah, Rialdo Rezeky Manogari, R. P. S. (2020). (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Sa'diya, L. (2017). STRATEGI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DI ERA GENERASI Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi (Competence : Journal*

of Management Studies), 11(2), 186–195.

<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3530/2601>

Salsabila, S., Supiani, T., & Nursetiawati, S. (2024). *ANALISIS MAKEUP ARTIST DALAM PERKEMBANGAN BEAUTY INDUSTRY PADA ALUMNI D3 TATA RIAS Pendahuluan Landasan Teori*. 02(05), 781–813.

Setiawan, E., Sandi, S. P. H., Fakultas, E., Bisnis, E. dan, Buana, U., & Karawang, P. (2023). Manfaat Penggunaan Instagram Shop Dalam Media Penjualan Peci Bambu Di Kertaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3473–3481.
<https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/download/4088/2837>

Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). the Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions At Shopee (Case Study of Bhayangkara University Jakarta Raya). *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268.

Ulva, M., Sihombing, S., Simamora, N., & Fitria, R. I. (2024). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Make Up Artist Anabella*. 2, 139–148.