

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- BBC News. (2019). Mengapa 75industry kecantikan bergairah dan siapa yang mempengaruhi tren ini? Diperoleh dari <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-47210153> (Akses 20 Juni 2021)
- Chumairah, Fortuna & Menik, Shara. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Media Sosial (Instagram) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan "Goreng" (Penelitian pada Konsumen Sate Taichan "Goreng" Cabang Tebet)*
- Eka, Randi. (2018). *Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen*. Diperoleh dari <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018> (Akses 11 September 2021)
- Diamastuti. (2015). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hidayat, Syarifuddin. (2003). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju
- Ibrahim, (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen pemasaran Edisi 13 Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga
- M, Nisrina. (2015). *Komunikasi Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern (1st ed)*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Makarim, dr. Fadhil Rizal. (2021). 7 Manfaat Rutin Menggunakan Masker Wajah. Diperoleh dari <https://halodoc.com/artikel/7-manfaat-rutin-menggunakan-masker-wajah> (Akses 2 Februari 2021)
- Marindo, Rex. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*
- Moleong, J.L. (2014), *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Napoleoncat.com. (2021). Diperoleh dari <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2021/02> (Akses 1 Juli 2021)
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metode Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Pamungkas, I. N. (2018). *Integrated Pemasaran Communication 4.0*. Sukaluyu: Megatama
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2020). *Syarat dan Cara Mendapatkan Fitur Instagram Shopping bagi Pengguna di Indonesia* Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/24/18170527/syarat-dan-cara-mendapatkan-fitur-Instagram-shopping-bagi-pengguna-di-indonesia?page=all> (Akses 2 Februari 2021)
- Poerwandari. (2005). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3
- Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi Dan Taktik*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Penelitian Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rulli, Nasrullah. (2015). *Media social perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Pemasaran Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Swastha, Basu. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Liberty
- TechnoBusiness Media. (2022). Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia Diperoleh dari <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/> (Akses 20 Juni 2021)
- Terence, Shimp. (2003). *Periklanan, Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 Edisi 5*. Bandung: Mandar Madju
- Tyana. (2019). *Wajib Tahu Inilah Perbedaan Antara Sheet Mask, Peel Off Mask, Cream Mask dan Clay Mask Ladies!* Diperoleh dari <https://www.beautynesia.id/beauty/wajib-tahu-inilah-perbedaan-antara-sheet-mask-peel-off-mask-cream-mask-dan-clay-mask-ladies/b-132190> (Akses 2 Februari 2021)
- Uchjana, Onong. (2015). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ganesha

W, Bambang. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Sulita

W, Harper. (2000). *Manajemen Pemasaran "Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global"*. Jakarta: Erlangga

Yin, K. Robert. (2014). *Penelitian Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo