

DAFTAR PUSTAKA

- Isroissholikhah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121-128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Ismail, H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1-4. <https://doi.org/10.62238/emisjurnalekonomimanajemendanbisnis.v1i1.38>
- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. (2021). Konten visual instagram sebagai strategi pemasaran umkm baru. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/2918>
- Kwan, M. (2023). Strategi Rebranding Pada Maklon Sebagai Bentuk Jasa Produksi dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek Pada Perusahaan Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(03), 515-522. <http://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/683>
- Sh, Inang. (2024, Februari 20) Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>
- Daya. (2023, April 24). Perkembangan Industri Kecantikan (Bagian 2). <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-2->
- Adikara, B. (2022, September 11) Industri Kosmetik Terus Tumbuh, Jasa Maklon Jadi Sasaran Pebisnis Baru. <https://www.jawapos.com/lifestyle/01407199/industri-kosmetik-terus-tumbuh-jasa-maklon-jadi-sasaran-pebisnis-baru>

We Are Social. (2024, Januari 31). DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Stahl, S. (2023, October 18). B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets, and Trends: Outlook for 2024 [Research]. <https://contentmarketinginstitute.com/articles/b2b-content-marketing-trends-research/>