

DAFTAR PUSTAKA

- Indiyatno Nur Setiyadi, Agus Rahman Alamsyah, & Ike Kusdyah Rachmawati. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-Wom, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena di Kabupaten Pati*. <https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/470/197>
- Dinna Windiasari, Apri Budianto, & Irma Darmawati Bastaman. (2022). *Analisis Tows Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Skincare*. <https://jurnal.unigal.ac.id/managementreview/article/view/7562>
- Rai Sara Purnama Sari, & Velda Ardia. (2024). *Pengaruh Brand Activation Pada Produk Y.O.U Beauty Terhadap Loyalitas Konsumen*. <https://repository.umj.ac.id/17359/>
- Fivtinima Wya Muflikhata, & Wirawan Fadly. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Skincare Herbal SR12* <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jelhum/article/view/1515>
- Lestari, S. (2018). *Peran Teknologi dalam Pendidikan di Era Globalisasi*. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/edureligia/article/view/459>
- Nada Fitra Nabila, & Oktifani Winarti. (2023). *Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness*. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/view/322>
- Nurrohmah Siti. (2020). *Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri dan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Kota Bogor)*. <https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/6199?show=full>
- Nabila Mecadinisa. (2021). *Melihat Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia Pasca Covid-19*. <https://www.fimela.com/beauty/read/4578615/melihat-perkembangan-industri-kosmetik-di-indonesia-pasca-covid-19>