

## DAFTAR PUSTAKA

- Satyawati. (2017, Juli 16). *Wow, Ternyata Begini Trend Fashion Indonesia dari Masa ke Masa*. Retrieved from beautynesia.id: <https://www.beautynesia.id/fashion/wow-ternyata-begini-trend-fashion-indonesia-dari-masa-ke-masa/b-106737>
- Iza, N. (2017, September 19). *Kuliner, Kriya dan Fashion, Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif*. Retrieved from kominfo.go.id: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker)
- Ratna Sari, F. H. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Konveksi SJM Bandar*.
- LAMPUNG. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTISI)*. Retrieved from <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/740/285>.
- Hameeda. (2018, May 18). *Hameeda Official*. Retrieved from <https://www.hameedaofficial.com/pages/about-us>
- Nurlia. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/Harapan dengan Hasil Kerja). *Meraja Journal*, 51.
- Almira Rasya Cantika, K. (2023). Kesesuaian Karakteristik Key Opinion Leader (KOL) terhadap Efektifitas NCT Dream sebagai KOL Somethinc. *Prologia*, 215.
- Santosa, S. (2023). *Efektivitas Content Creator dalam Pengembangan Personal Branding Product UMKM di Era Society 5.0*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Kotler, P. K. (2017). *Marketing 4.0: Moving form Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Armstrong, G. &. (2017). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.
- Maeskina, M. M. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11.