

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., & Yani, S. (2022). **Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Penjualan Produk di Era Pandemi COVID-19.** *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik (JISIP)*, 6(4), 123-134.
- Rahmawati, L., & Putra, A. (2023). **Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Merek di Kalangan Generasi Milenial.** *Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(3), 56-78.
- Sari, P. D., & Yusuf, M. (2023). **Efektivitas TikTok sebagai Media Promosi Produk Lokal.** *Jurnal Manajemen dan Strategi (JMAS)*, 4(1), 45-59.
- Putri, F., & Setiawan, H. (2023). **Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen**
- Media Sosial Indonesia. (2024). **Data Pengguna Media Sosial Indonesia 2024.**
- Rahmawati, N. W. (2021). Kepercayaan Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Klinik Kecantikan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 472-481. DOI: 10.30872/psikoborneo.
- Berlianto, M. P. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Industri Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 260-275.
- [https://docs.google.com/document/d/1u-VW5MTj618TABEhZ7g-C0SB4aHIVPeZP0ooettcW\\_k/edit?tab=t.0](https://docs.google.com/document/d/1u-VW5MTj618TABEhZ7g-C0SB4aHIVPeZP0ooettcW_k/edit?tab=t.0)
- [https://docs.google.com/document/d/1hXnqQuG-TDsp1wV26f-32\\_e3Th3ja6JCczQiop54Nkl/edit?tab=t.0](https://docs.google.com/document/d/1hXnqQuG-TDsp1wV26f-32_e3Th3ja6JCczQiop54Nkl/edit?tab=t.0)
- <https://docs.google.com/document/d/12PFcuxIFaAgvJ-a6cUCXZgKsP4Ywxf5IrxHtKiKaQ1I/edit?tab=t.0>

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A