

DAFTAR PUSTAKA

- Databoks. (2022, December 8). Bukan TikTok, Mayoritas Perempuan Indonesia Gali Informasi Kecantikan Lewat Instagram. Databoks. Retrieved June 22, 2025, from <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b0cfb994bfc1fe/bukan-tiktok-mayoritas-perempuan-indonesia-gali-informasi-kecantikan-lewat-instagram>*
- Fantastis, Industri Kecantikan Indonesia Bisa Raup Rp 142 Triliun di 2024. (2024, October 11). *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5745768/fantastis-industri-kecantikan-indonesia-bisa-raup-rp-142-triliun-di-2024?page=3>
- Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. (2024, February 3). *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-indonesia.go.id>. (2019, 10 27). *Air Liur Sang Primadona*. <https://indonesia.go.id/kategori/seni/1438/air-liur-sang-primadona?lang=1>
- Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. (2019). Prenada Media.
- Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. (2019). SAH MEDIA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson/Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. C., & Wee, C. H. (2022). *Marketing management: An Asian perspective (7th ed.)*. Pearson Education.

#LocalPride, Apa yang Membuatnya Menjadi Eksis? (2021, 2 3). Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/02/03/localpride-apa-yang-membuatnya-menjadi-eksis>

Pamela, D. A. (2024, 7 6). Brand Skincare Lokal Menjamur, Apakah Bikin Loyalitas Konsumen Menurun? *Liputan* [^].
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5636060/brand-skincare-lokal-menjamur-apaakah-bikin-loyalitas-konsumen-menurun?page=4>

Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, VOL. 11 NO. 1, 19-46.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>

Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa di Era Digital dan Era Pandemi Covid-19.. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, VOL 20 NO. 2.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>

Salsabilla, r. (2023, 12 14). *banyak brand lokal diprediksi bertumbangan, ada apa?* cnbc indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231214143434-33-497384/banyak-brand-lokal-diprediksi-bertumbangan-ada-apa>

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2022, Maret 23). Dongkrak Pertumbuhan Ekonomi, Pemerintah Dorong Peningkatan Penggunaan Produk Lokal Read more:
<https://setkab.go.id/dongkrak-pertumbuhan-ekonomi-pemerintah-dorong-peningkatan-penggunaan-produk-lokal/>. <https://setkab.go.id/dongkrak-pertumbuhan-ekonomi-pemerintah-dorong-peningkatan-penggunaan-produk-lokal/>

pertumbuhan-ekonomi-pemerintah-dorong-peningkatan-penggunaan-produk-lokal/

Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis strategi promosi pariwisata melalui media sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3).

<https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.6>

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing (3rd ed.)*. SAGE Publications.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018, September 2). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>

10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024. (2024, September 2). Inilah.com. Retrieved January 3, 2025, from <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>

Info: Penulisan Daftar Pustaka wajib menggunakan software Reference Manager (Mendeley) untuk sitasi dan penulisan daftar pustaka.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA