

DAFTAR PUSTAKA

Arlinta, D. (November 2022). *Transformasi Digital Percepat Pemulihan Global*.

Kompas.id.

<https://www.kompas.id/baca/internasional/2022/11/16/transformasi-digital-percepat-pemulihan-global>

Barus, K. (Oktober 2019). *Focallure Dukung Perempuan Indonesia Melalui Produk Kecantikan*. Industry.co

<https://www.industry.co.id/read/56373/focallure-dukung-perempuan-indonesia-melalui-produk-kecantikan>

Butar, B. M., Cangara, H., Wahid, U. (2022) *Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Kegiatan Promosi Kuliner @polkadotkitchen*. Inter Komunika : Jurnal Komunikasi. Vol. VII, No 1, Th 2022, 3-7.

<https://dirdosen.budiluhur.ac.id/2003027101/Strategi%20komunikasi%20penggunaan%20Instagram%20dalam%20kegiatan%20promosi%20kuliner%40%20Polkadotkitchen.pdf>

Gianie. (Juni 2023). *Transaksi Digital Pascapandemi*. [Kompas.id](https://www.kompas.id)

<https://www.kompas.id/baca/riset/2023/06/28/transaksi-digital-pasca-pandemi>

Haasiani, N. (2022) *Data Penjualan Kosmetik Wajah : Brand Lokal Kuat Bersaing*. Kompas.co.id

<https://kompas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>

Huda, U. I., Karsudjono, J. A., Darmawan, R. (2024). *Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial*. Vol.11 No.1, 72-74.

<https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/alkalam/article/view/3453/5990>

KN, J., Hamzali, S., Utari, A. S., Purnamasari, O. (2023). *Penerapan Social Media Marketing dalam Membangun Online Reputation Lembaga PPPA Daarul Qur'an*. Vol 06 No 02, 127-129.

<https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/12821/5818>

Maneke, L., Tampenawas, J. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon*. Vol 10 No 3 (2022),102-103.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41293>

Ramadhanty, P., Malau, U. M. R. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @kedaikopikulo terhadap sikap konsumen*. Vol. 3 No. 2, 5-6.

<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2526/1338>

Redaksi Liputan. (Mei 2021). *Meluncur di Tengah Pandemi, Brand Kosmetik PinkFlash Utamakan Kualitas dan Keamanan Produk*. Liputan.co.

<https://liputan.co.id/2021/05/meluncur-di-tengah-pandemi-brand-kosmetik-pinkflash-utamakan-kualitas-dan-keamanan-produk/#:~:text=Diluncurkan%20di%20tengah%20pandemi%2C%20tepatnya%20pada%20September%202020%2C,menjadi%20salah%20satu%20yang%20paling%20laris%20di%20marketplace>

Tempo. (Januari 2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementerian Perindustrian.

<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>