

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E. (2009). Komunikasi massa suatu pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2019). Prosedur penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Azwar, Saifuddin. (2007). Metode penelitian. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Bps.go.id. Retrieved from <https://www.bps.go.id/>.
- Baihaki, I. (2012). 54 persen brand ternama dunia kini gunakan instagram sebagai sarana marketing. Retrieved from <http://www.beritateknologi.com>.
- Busrah, M. (2012). Pembelajaran deduktif pada pembelajaran alkan. Sulawesi Selatan: Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan.
- Cialdini, R.B. (1984). Influence: The psychology of persuasion. William Morrow dan Co.
- Cialdini, R.B. (2009). Influence: Science and practice. Pearson Education.
- CNBC Indonesia. (2023). Gaji rata-rata pekerja Indonesia 2023, ternyata cuma segini. CNBC Indonesia;cnbcindonesia.com.<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230519144302-33-438788/gaji-rata-rata-pekerja-indonesia-2023-ternyata-cuma-segini>
- Daryanto. (2011). Media pembelajaran. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Depkes RI. (2009). Profil kesehatan Indonesia. Jakarta: Depertemen Republik Indonesia
- Effendy, O U. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O U. (2015). Ilmu, komunikasi teori dan praktek komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Eisend, M., & Langner, T. (2010). Immediate and delayed advertising effects of celebrity endorsers 'attractiveness and expertise. International Journal of Advertising, 29(4), 527–546.
- Fadli, S., Ibrahim, R & Hatu, D. (2023). Gaya hidup mahasiswi konsumtif dalam penggunaan produk kecantikan pada mahasiswi universitas negeri Gorontalo. Jurnal SOSIOLOGI:

Jurnal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, 1(1), 41-49.

Febriansyah, G., & NRH, F. (2019). Hubungan antara efikasi diri dengan altruisme pada relawan palang merah Indonesia. *Jurnal EMPATI*, 7(4), 1350-1360. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.23444>

Floor, M. G., & Raaij, V. (2011). *Marketing communication strategy (first)*. Noordhoff Uitgever

Hadiyati, E. (2016). Study of marketing mix and AIDA model to purchasing online product in Indonesia. *British journal of marketing studies*, 4(7), 49-62.

Hariri, Nabila M. A., et al. Menjadikan brand top of mind melalui penggunaan strategi funneling (Studi kasus pada UMKM wanderer scarves)." *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, vol. 21, no. 2, Jul. 2021, pp. 33-50, doi:10.30595/medek.v21i2.10904.

Hootsuite (We are Social): Data digital Indonesia 2024 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital. (2024). Andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Hurlock, E.B. (1999). Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

Hurlock, E.B. (2012). *Developmental psychology, a life-span approach*, fifth edition. Alih Bahasa Isti Widayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.

Indriyami, D. (2023). 10 cream foundation terbaik - ditinjau oleh makeup artist. <https://my-best.id/12168>.

Irfan, M. (2014). Efektivitas penggunaan media sosial twitter sebagai media komunikasi pemasaran strikel. *E-Journal ilmu komunikasi*.

Julius, N. (2024). Data jumlah pengguna instagram di Indonesia 2024. Retrieved from <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.

Kitchen, P. J., & Burgmann, I. (2010). Integrated marketing communication. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, eds. J.N. Sheth and N.K. Malhotra. John Wiley & Sons Ltd.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi 13. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). Marketing management (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. and Armstrong, Garry. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kusuma, J. M. I., & Efendi, A. E. (2022). Kerangka konseptual hubungan social proof terhadap minat berbelanja online. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(1), 26-32. Retrieved from <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/27290>
- Kriyantono, R. (2006). Teknis praktis riset komunikasi. Prenada Media Grup : Jakarta
- Kriyantono, R. (2012). Teknis praktis riset komunikasi. Jakarta. Kencana Liliweri, Alo. 1991. Komunikasi Antarpribadi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Kruti S, & Alan D., (2009). Google books "Advertising and promotion : an IMC perspective".
- LTPro. [@ltpro_official]. Instagram. Retrieved January 8, 2024, from https://www.instagram.com/ltpro_official/.
- Macarthy, A. (2015). 500 social media marketing tips. Wales: Andrew Macarthy.
- Mae. (2024). Belanja kecantikan warga RI hampir rp 3 T, lebih besar dari makanan. CNBC Indonesia; [cnbcindonesia.com.
https://www.cnbcindonesia.com/research/20240427110427-128-533935/belanja-kecantikan-warga-ri-hampir-rp-3-t-lebih-besar-dari-makanan](https://www.cnbcindonesia.com/research/20240427110427-128-533935/belanja-kecantikan-warga-ri-hampir-rp-3-t-lebih-besar-dari-makanan)
- Maddalena, S., & Maddalena, S. (2024, January 31). *Digital 2024 - We Are Social Indonesia*. We are social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Mardiana, Anggi. (2024). Memahami perbedaan wiraswasta dan karyawan swasta dalam dunia kerja. Katadata.co.id; Katadata.co.id.

- <https://katadata.co.id/lifestyle/varia/65fc6cb26fb9b/memahami-perbedaan-wiraswasta-dan-karyawan-swasta-dalam-dunia-kerja>
- Maryam, S. (2017). Stres keluarga: Model dan pengukurannya. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 1(2), 335-343.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Melampaui Influencer: Mencari honest review konsumen di era digital. (2023). Populix | platform analisis riset pasar dan survei online berbayar. <https://info.populix.co/articles/honest-review/>
- Mybest. (2024). Mybest; mybest, Inc. <https://id.my-best.com/12168>
- NapoleonCat. (2024). Social media users in Indonesia - February 2024. [Napoleoncat.com. https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2024/02/](https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2024/02/)
- Nasrullah, Rully. (2016). *Media sosial, perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, Penerbit Simbiosis Rekatama Medika, 1437.
- Nikmah, N., & Zaidah, N. (2022). Pentingnya social proof dalam digital marketing (Studi pada digital marketing). <https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i1.7823>
- Nusaresearch. (2020). Laporan tentang makeup routine | Nusaresearch. Nusaresearch - Survei Online No. 1 Di Indonesia; Nusaresearch. https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nrsr.
- Oliver, A. (2022). 10 cara paling efektif untuk edit video youtube dan raih banyak views. Glints.com. <https://glints.com/id/lowongan/cara-edit-video-youtube/>
- Prins, R., & Peter C. Verhoef. (2007). *Marketing management* (8ed). McGraw-Hill Irwin.
- Riadi, Muchlisin. 2020. *Strategi komunikasi* (Pengertian, teknik, langkah dan hambatan).
- Riyantika, K. (2023). Daftar biaya kursus MUA, cocok untuk ibu rumah tangga menambah skill jadi ladang cuan. Nakita: <https://nakita.grid.id/read/023939961/daftar-biaya-kursus-mua-cocok-untuk-ibu-rumah-tangga-menambah-skill-jadi-ladang-cuan?page=all>
- Rizeki, D. N. (2022, June 17). Belajar strategi pemasaran soft selling, yuk! Majoo.id; majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/soft-selling-adalah>
- Rofiq, A. 2013. *Hukum perdata islam di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Roy, S., & Mishra, A.S. (2018). The dual entertainment theory in celebrity endorsements. *Journal of Advertising Research*, 58, 33 - 50.

- Roy, S. (2021). Theory of social proof and legal compliance: A socio-cognitive explanation for regulatory (non) compliance. *German Law Journal*. 22. 238-255. 10.1017/glj.2021.5.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen public relations & media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Santoso, R. (2020). Review of digital marketing & business sustainability of e-commerce during pandemic covid19 in Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 36–48.
- Schouten, A. P., Janssen, L., dan Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and product endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2): 258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>.
- SEEK Limited. (2024, April 6). Apa itu makeup artist (MUA)? Ini tugas, gaji dan prospeknya. Jobstreet; SEEK Limited. <https://www.jobstreet.co.id/id/career-advice/article/apa-itu-makeup-artist>
- Seo, E.-J., & Park, J.-W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.014>
- Septiadi, A. (2023, November 9). Bagaimana cara mengukur traffic instagram - AnakTekno. AnakTekno.<https://anaktekno.id/social-media/instagram/bagaimana-cara-mengukur-traffic-instagram-29052>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Similarweb.(2024).<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi & aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu, jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, M., Effendi, S. (1985). *Metode penelitian survei (-)*. Jakarta: Jakarta: LP3ES,.
- Smith, M. (2021). Education, community-building and change. Retrieved from <https://www.infed.org>
- Sugiyono. (2002). *Metode penelitian administrasi r&d*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*.