

DAFTAR PUSTAKA

- Agrevinna, M. (2020). *Strategi Pengembangan Bisnis dalam Bidang Kecantikan*. Tata Rias Kecantikan.
- Alexandra Julia Tengblad-Kreft, V., Maria Hagman, A., & Hessels, E. (2017). *Influencer marketing and the effect on brand personality and brand perception*.
- Bazaar UK. (2024, January 6). *Mari Intip Tren Industri Kecantikan di Tahun 2024*. <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/12/2023/19809/mari-intip-tren-industri-kecantikan-di-tahun-2024>
- Cerysa Nur Insani. (2021, May 23). *Kini Makin Diminati, Profesi Makeup Artist Ternyata Punya Sejarah Panjang di Dunia!* Stylo Indonesia. <https://stylo.grid.id/read/142707249/kini-makin-diminati-profesi-Makeup-Artist-ternyata-punya-sejarah-panjang-di-dunia?page=all>
- Chairul Fikri. (2019, October 28). *Profesi Makeup Artist Kian Diminati Generasi Milenial*. Beritasatu. <https://www.beritasatu.com/news/587879/profesi-Makeup-Artist-kian-diminati-generasi-milenial>
- Cosmas Gatot Haryono. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (p. 19). CV Jejak.
- Deri, E. N., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). *Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa (Studi: Mahasiswa Program Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana) I Wayan Santika (2) I G A K Giantari (3) (1)(2)(3)*. 5(2), 985–1013. www.menpan.go.id
- Elianti, L. D. (2018). *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*.
- Feny Rita Fiantika, Mohammad Wassila, Sri Jumiyati & Leli Honesti. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firdaus, B. M., Dwiyantri, S., Pd, S., Dosen, M. P., Pendidikan, J., Keluarga, K., Rias, T., & Teknik, F. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Bidding Makeup Artist (Mecapan) Untuk Meningkatkan Pendapatan Makeup Artist di Jakarta*(Vol.10)
- fitriani. (2018). *Siklus PDAC dan Filosofi Kaizen*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 7, 626.
- Indonesia.go.id. (2023, December 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Indonesia.go.id . <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/phenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Joesyiana, K., Hasan, S. S. El, Prihastuti, A. H., Haryadi, R. N., & Suratminingsih, S. (2023). *Pelatihan Strategi Mempelajari Bisnis Tata Rias Make Up Artis bagi Ibu-Ibu PKK RW. 06 Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru*. Jurnal Surya Masyarakat, 5(2), 214. <https://doi.org/10.26714/jsm.5.2.2023.214-222>
- Khodigar Daday. (2011). *The Secret Of Modification Make-up*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ningrum, E. L., Pendidikan, M. W., & Keluarga, K. (2019). *Hubungan Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa Dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Tata Rias Wajah Berlabel Halal*(vol.8, Issue 1).
- Nur Safira, A., Dwiyantri, S., Sinta Megasari, D., & Puspitorini, A. (2021). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia Dalam Menjalankan Usaha Di Bisang Jasa Makeup* (Vol. 10).
- Novia Indah. (2023) *Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z*.

- Poernamasari, N. (2023). *Cyberfeminis dalam Ruang Publik: Studi Deskriptif pada Female Daily Network melalui Fitur FD TALK Cyberfeminism in Public Sphere: Descriptive Studies on Female Daily Network through FD TALK Feature*. IV(1).
- Robert Bogdan, & Sari Knopp Biklen. (2007). *Qualitative Research for Education*. Pearson A & B.
- Saniati, F., Wilujeng, B. Y., Pd, S., & Pd, M. (2020). *Analisis Produk Kosmetik Makeup Salah Satu Merek Global Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol.09).
- Sofianiyatin, L. (2023). *Pendampingan Tata Rias Make Up Artist (MUA) Pada Fayatat NU Kedunggalar Ngawi*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung
- Tania, M. (2023). *Personal Branding Makeup Artist Melalui Instagram (Studi Kasus Personal Branding Makeup Artist Melalui Instagram)*. Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Vol.1, Issue 4).
- Tony Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Kedua*. PT.Indeks.
- Tri Wahyuni. (2018). *Pemakaian Kata Alumnus dan Alumni*. Kantor Bahasa Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. <https://kantorbahasababel.kemdikbud.go.id/info/info-bahasa/pemakaian-kata-alumnus-dan-alumni/>
- Wahyuningrum Mujiati, D., Wibawa, B., Sylvia, C., & Helpy Purnamadani, T. (2020). *Instagram: Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Strategi Penjualan Bagi Make Up Artist (MUA)*. Jurnal Undiknas.
- Wilna Julia, O., Rahmat, M., Wulandari, S., & Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan, U. (2022). *Analisis Strategi Promosi Jasa Make-Up Artist Melalui Media Sosial (Studi Kasus Rias Athif)* 2(11).
- Zahratul, I., Dan, M., & Setyowati, E. (2022). *Beauty and Beauty Health Education Journal . Persepsi Pengguna Instagram Terhadap Makeup Artist di Era Teknologi Informasi* (Vol. 11, Issue 1) <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/bbhe>
- Zap Clinic. (2020). *Zap Beauty Index 2020 . In Zap Beauty Index 2020* (p. 8).

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Intelligentia - Dignitas