

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, R., & Rohmah, F. (2024). Pengaruh media sosial dalam mempromosikan usaha rias pengantin: kasus studi pada para pengusaha rias pengantin. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 282-291. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1809>
- Alwi, I. (2015). Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statistika dan analisis butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(2). <http://dx.doi.org/10.30998/formatif.v2i2.95>
- Angka, A. F. S., & Sulawati, S. (2025). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap keputusan pelanggan pada Bosstown Barbershop Parepare. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 342-355. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/2088>
- Anpasuha. 2017. *Make Up "911" Tips dan Trik Riasmu Dalam Memo Saku*. Jakarta: PT Alkemis Diki Tee.
- Azahra, Y., Sugianto, S., Yamin, N. Y., & Usman, E. (2026). Unraveling The Social And Economic Dimensions In Determining The Selling Price Of Makeup Artist Services (MUA). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 1209-1220.
- Aziz, H. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Di Kota Pekanbaru*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). <https://repository.uir.ac.id/8470/>
- Cahyani, I. A., & Hikmah, H. (2025). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Bedak Muka Pixy Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(1). (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i1.9623>
- Corson, G. (2020). *Professional artistry*. New York: Routledge.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.
- DeVito, J. A. (2015). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson.
- Ekasari, R. P., Irwanti, M., Bungin, B., & Jamalullail, J. (2024). *Artist Communication Mix Model in Jakarta*. *Pancasila International Journal of Applied Social Science*, 2(02), 292–311.

<https://doi.org/10.59653/pancasila.v2i02.623>

- Fauziyyah, H., Maskan, M., & Murtiyanto, R. K. (2025). Pengaruh social media marketing dan personal branding terhadap keputusan pembelian pada produk Make Over di Mitufaya Kota Malang. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 1419-1428. <https://doi.org/10.62710/372rtg68>
- Hartono, R., Amrullah, A., & Harsono, G. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa OR 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu. *Journal of Governance and Public Administration*, 1(1), 88-105.
- Haryono, C. G., & Hartanto, L. C. (2024). *Dynamics of male makeup artists in Indonesia: Navigating entrepreneurship*. ResearchGate. <https://doi.org/10.1108/IJGE-12-2023-0308>
- Kalaij, A. G. O., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2025). The influence of digital marketing, service quality, and product innovation on customer loyalty in beauty industry. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 161–168. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3070>
- Kartika, M., Widjajanti, S., & Atmanto, D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Tata Rias Pengantin Jawa “Solo Basahan” (Studi Kasus di Kota DKI Jakarta): Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1788-1795. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1825>
- Keelson, S. A., Cúg, J., Amoah, J., Petráková, Z., Addo, J. O., & Jibril, A. B. (2024). The influence of market competition on SMEs’ performance in emerging economies: Does process innovation moderate the relationship. *Economies*, 12(11), 282. <https://doi.org/10.3390/economies12110282>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kusantati, H. (2008). *Tata rias wajah*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Kusumaningrum, A. P., & Santoso, E. (2025). Pengaruh Pesepsi Trend Make Up dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mea Dacosta Tulungagung. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 77-93. <https://doi.org/10.57094/jpe.v6i2.3036>
- Lestari, R. (2024). The influence of entrepreneurship education on empowerment of prospective makeup artists. *Jurnal Ilmiah Vokasi*, UNJ. <https://doi.org/10.21009/JIV.1901.9>

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy*. Pearson.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Maheswara, E. A., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Elmayudia Makeup Kediri. *Business and Investment Review*, 1(5), 83-93. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.50>
- Mandira, I. M. C., & Carey, K. D. Y. (2023). Personal Branding di Media Sosial Tiktok: Studi Kasus Fenomenologi President Oriflame. *MBIA*, 22(1), 65-74. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2064>
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muthi'ah, W., Octavianti, R., & Nurwahyuni, M. S. (2017). Tinjauan Desain Beauty Case Di Kalangan Make-up Artist Jakarta. *Narada*, 4(3), 335-344. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada/article/view/3231>
- Novitasari, M. (2024). Service quality and customer loyalty: The role of satisfaction and trust. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 115–128. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v17i1.12659>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Purwaningsih, L. S., Rahadhini, M. D., & Utami, S. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/2373>
- Putri, A. R. (2019). Manajemen Peserta Didik di Pondok Pesantren Terpadu Ushuluddin, Penengahan Lampung Selatan. *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/7109/1/skripsi.pdf>

- Raheni, C., Putra, S. M., & Lilik, N. N. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Makeup. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 272-277. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2614>
- Ramadhani, D. (2025). Pengalaman penata rias pemula dalam mengelola usaha jasa kecantikan. *International Journal of Innovative Research in Social Education*. <http://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/1567>
- Rhamadanty, T. D., Razak, S., & Idayanti, R. (2024). Dinamika Mediasi Trust Dalam Preferensi Penggunaan Jasa MUA Ramah Muslim Zillenial. *ASY SYARI'YYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM*, 9(1), 85-109. <https://doi.org/10.32923/asy.v9i1.4176>
- Safira, A. N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan makeup artist (MUA) hits di Indonesia. *Jurnal Tata Rias*, UNESA. <https://doi.org/10.26740/jtr.v10n2.42445>
- Safirli, F. D., Sholikhah, J. M., Luay, N. A., Huwaidi, M. R., & Kusumasari, I. R. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Kunci Utama Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Industri Kosmetik. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(6), 33-44. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i6.6738>
- Salsabila, S., Supiani, T., & Nursetiawati, S. (2024). Analisis makeup artist dalam perkembangan beauty industry pada alumni D3 tata rias. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 2(05), 781-813. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/1567>
- Setiawan, T. (2021). Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan dan Loyalitas Pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. <http://dx.doi.org/10.32493/drj.v4i4.10829>
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. New York: Wiley.
- Siregar, A. H. (2020). Pengaruh harga, brand image dan personal branding terhadap keputusan membeli secara online di toko medan top galeri. *Jurnal ilmiah smart*, 4(2), 98-106. <https://doi.org/10.62262/jmab.v4i2.69>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

- Togodly, E. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
<https://www.neliti.com/publications/269349/pengaruh-promosi-terhadap-peningkatan-penjualan-pada-koperasi-serba-usaha-baliem>
- Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2017). *Buku pegangan ilmu pengetahuan kosmetik*. Jakarta: Gramedia.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing*. Sage.
- Ultimarchya, D. (2024). Erialsr makeup artist service business development strategy. *International Journal of Management Studies*.
<https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i4.800>
- Veron, V., & Victor, V. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kuliner Di Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 49-57. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2109>
- Wahab, A., Razak, M., & Hidayat, M. (2024). Pengaruh modal usaha, promosi dan manajemen usaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 198-211.
<https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4512>
- Wahono, P., Parimita, W., Wijaya, A., & Kurniawan, E. (2024). Peningkatan Profesionalsime Santri Dalam Manajemen Bisnis UMKM Untuk Keberlanjutan Usaha di Pondok Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Bogor. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 5(4), 1150-1162.
<https://doi.org/10.38048/jailcb.v5i4.4409>
- Yasmin, N. (2025). Pengaruh keterampilan karyawan terhadap kualitas layanan di salon kecantikan Kota Padang Utara. *Nian Tana Sikka*, 3(3).
<https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v3i3.846>
- Yuldinawati, L. (2024). Entrepreneurial competencies for determing business success of MSMEs. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 17(1), 1–14.
<https://doi.org/10.23969/jrbm.v17i1.10029>
- Yupelmi, M., Suci, P. H., Maulana, A., Cinthia, D., & Elmania, E. (2026). Pelatihan Rias dan Busana Pengantin serta Digital Marketing untuk Meningkatkan Keterampilan dan Daya Saing Guru dan Siswa SMKN 2 Bukittinggi. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 375-385.
<https://doi.org/10.32877/nr.v5i2.3216>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing*. McGraw-Hill.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2019). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). Pearson.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson.

