

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, S. F., (2016). Strategi Bauran Pemasaran 7P di Cherryka Bakery.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional
- Desfrida, M., & Nurlinda, N. (2020). Analisis Penerapan 7 P pada Usaha MUA (Sebuah Kajian Analisis). *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 3(1).
- Diantary, N. M. (2019). Kecantikan Wanita Dalam Teks Rukmini Tattwa. *Jurnal Prodi Teologi Hindu STAHN Mpu Kuturan Singaraja*, 81-88.
- Firmansyah, A. M., (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Herlina, F. (2024). Hubungan Penggunaan Make-Up Sederhana Terhadap Kepercayaan Diri Wanita. *Jurnal Tata Rias*, 14 (02).
- Herlina, N., Hegiarto, S. A., (2021) Personal Branding MUA Nina Make Up pada Media Sosial Instagram @nhrl.n. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*.
- Kotler, P., & Amstrong, G (2018). Kotler & Amstrong, Principles Of Marketing | Pearson. *In Pearson*.
- Lolowang (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland Manado. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Melati, S. B., Ratnawili., (2024) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Makeup Artist (Mua) Di Kota Bengkulu. *Jurnal Fokus Manajemen*
- Muljono, P., Djaali. (2008). *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Purbohastuti, W, A. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*.
- Rahayu, K., Herlinawati, E., (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Makeup Artist Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Erha Makeup Artist Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*
- Raman, V., Malarvizhi, S. (2019). Services Marketing Mix – The 7P's Framework Of Booms And Bitner.

- Rhamadanty, D, T., Syaparrudin., Idayanti, R. (2024). Dinamika Mediasi Trust Issue Dalam Preferensi Penggunaan Makeup Artist Ramah Muslim Zillennial. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Perbankan Islam*.
- Rukajat, A. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kaulitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Safira, A. N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits di Indonesia Dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Journal*, 10(2), 165–176.
- Salsabilla, S., Supiani, T., Nursetiawati, S. (2024). Analisis Makeup Artist Dalam Perkembangan Beauty Industry Pada Alumni D3 Tata Rias. *Adidaya: Jurnal Multidisplin*, 02(05).
- Saripudin, U., (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sopes, E. D., & Dewi, M. (2023). Analisis tentang Inovasi Usaha Jasa Make Up Alumni Tata Rias dan Kecantikan Angkatan 2017. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2026). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Susanti, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Murti Jepara. *Jurnal Ekonomika*45.
- Wahyudi. (2024). *Strategi Pemasaran Jasa*. Indramayu: PT. Adab Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wulandari, A., Mulyanto., H (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.