

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama .
- Ambarini, S. R. (2020). *Analisis Konsep Digital Marketing Mavenful Indonesia melalui Instagram dalam Upaya Menumbuhkan Brand Awareness (Studi Kasus @mavenfulindonesia)*. Universitas Bakrie.
- Chaffey, D. D., & Bosomworth, D. (2013). *Digital Strategy: Planning Template*. Smartinsights.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. United Kingdom Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitingjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications: discovery, creation and conversations 7th Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing: Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing communication : taktik dan strategi*. Bhuana Ilmu Populer.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McPheat, S. (2015). *Developing Internet Marketing Strategy*. United States of America: Ventus Publishing.

- Moelong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Odden, L. (2012). *Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing*. Hoboken: Wiley.
- Pasaribu, V. L. (2021). *PEMASARAN KONTEMPORER*. Penerbit Widina.
- Pullizi, J. (2014). *Epic Content Marketing: How To Tell A different Story, Break, Though The Clutter, And Win More Customers By Marketing Less*. New York: McGraw-Hill.
- Stanton, W. J. (2018). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

JURNAL

- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). *PENGARUH ELEMEN VISUAL PADA KONTEN INSTAGRAM RINTIK SEDU DALAM MERAHAI ENGAGEMENT AUDIENS*. *Jurnal Barik*, Vol. 4 No. 3, 141-151.
- Ambarini, S. R. (2020). *Analisis Konsep Digital Marketing Mavenful Indonesia melalui Instagram dalam Upaya Menumbuhkan Brand Awareness (Studi Kasus @mavenfulindonesia)*. Universitas Bakrie.
- Mulyani, T. (2019). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Followers Akun Instagram @Visvalbags)*. Thesis, Universitas Bakrie.
- Nursatyo, & Rosliani, D. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL SITUS PEMBANDING HARGA TELUNJUK.COM*. *EXPOSE Jurnal Komunikasi*.
- Prakoso, A. A., & Noprianto, E. (2019). *PENGGUNAAN HASHTAG PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS GADJAH MADA*. *EduLib*, 59.

- Prajogo, A. B. (2019). Pengaruh in-store characteristics, economic drivers, private labels characteristics, dan private labels loyalty terhadap store loyalty pada Innisfree di Surabaya. Repository Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sari, U. P. (2020). Pengaruh Review Beauty Vlogger, Country-of-origin, dan Harga pada Minat Beli Kosmetik Focallure (Studi pada Generasi Millennial di Kota Padang). Scholar.unand.ac.id.
- Wicaksono, M. P., & Seminari, N. K. (2016). PENGARUH IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS TRAVELOKA. E-Jurnal Manajemen Unud, 5108.

WEBSITE

- Chaffey, D. (2023, May 10). The Content Marketing Matrix. Retrieved from Smart Insights: <https://www.smartinsights.com/content-management/contentmarketing-strategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/> (Diakses pada tanggal 4 Juni 2023)
- Databoks. (2022, 12 05). Retrieved from Databoks.Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022> (Diakses pada 5 Juni 2023)
- Euromonitor. (2015). The future of skincare : game changing trends and influencers. Retrieved from Euromonitor: <https://www.euromonitor.com/the-future-of-skin-care-game-changingtrends-and-influencers/report> (Diakses pada 9 April 2023)
- Hamasy, A. I. (2022, 10 25). Kompas. Retrieved from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang> (Diakses pada 5 Juni 2023)
- Jakpat. (2022, 03 04). Retrieved from Jakpat.net: <https://jakpat.net/info/top-7-merek-skincare-lokal-yang-paling-dikenal-masa-sih/> (Diakses pada 5 Juni 2023)

- Katadata. (2020, 10 27). Retrieved from Katadata:
<https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Kementerian Perindustrian. (2020, 01 27). Retrieved from Kemenperin.go.id:
<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> (Diakses pada 13 April 2023)
- Populix. (2022, 08). Retrieved from Populix:
<https://info.populix.co/en/report/unveiling-indonesian-beauty-dietary-lifestyle/>
(Diakses pada 5 Juni 2023)
- Riverty. (2023). Retrieved from Riverty.com:
<https://www.riverty.com/en/business/insights/riverty-ecommerce-review/booming-beauty-cosmetics-and-beauty-brands-are-taking-over-e-commerce/> (Diakses pada 15 April 2023)
- Statista. (2023, 05 29). Retrieved from GoodStats:
<https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz#:~:text=Pengguna%20Instagram%20di%20tahun%202023%20didominasi%20oleh%20remaja%20dan%20dewasa,3%20dengan%2015%2C7%25.>
(Diakses pada 5 Juni 2023)
- Tim Publikasi Katadata. (2021, 10 22). Katadata. Retrieved from Katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/doddyrosadi/digital/617251e47c94c/riset-sirclo-kic-74-5-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online> (Diakses pada 17 April 2023)
- We are Social. (2023). Retrieved from Datareportal.com:
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> (Diakses pada 19 Maret 2023)