

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. C. (2019). *Influencer Sebagai Content Creator*. Binus University.Com. <https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-sebagai-content-creator/>
- Cintia Ananda, F., Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Makeup Artist Di Akun Instagram @Mymua1 Dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen. *Harmonization Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 83–90. <https://doi.org//doi.org/10.59066/harmonization.v2i2>
- Daroin, F., Muzakki, P., Andarini, S., Bisnis, J. A., Ilmu, F., & Politik, I. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing Terhadap Brand Awareness Produk Avoskin (Studi pada Instagram @avoskinbeauty). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 1–75.
- Desipriani, Suprianingsih, & Widya Oktaviani. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Jasa Make Up Artist Peserta Didik Di LKP Lilly Medan. *Transformasi Masyarakat : Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.62383/transformati.v1i1.83>
- Haquhara. (2025). *4 Muse Makeup yang Jadi Kesayangan Makeup Artist*. Haquhara.Com. [https://haquhara.com/blogs/haqupedia-story/4-muse-makeup-yang-jadi-kesayangan-makeup-artist#:~:text=Apa Itu Muse Makeup?,membuat konten%2C dan lain sebagainya](https://haquhara.com/blogs/haqupedia-story/4-muse-makeup-yang-jadi-kesayangan-makeup-artist#:~:text=Apa%20Itu%20Muse%20Makeup?,membuat konten%2C dan lain sebagainya).
- Indonesia, C. (2023). *Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya*. Trans Media. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya#:~:text=2.YouTuber,sesuai dengan fokus masing-masing>.
- Justiana, S., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Produk. *Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 150–158. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1>
- Lestari, S. S., & Farina, M. (2025). Personal Branding Make Up Artist Freelance Di Pekanbaru Kota Di Medi Sosial Instagram Personal Branding Pekerja Freelance Make Up Artist Kota Pekanbaru Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK)*, 3(2), 161–179.
- Mar'atus Solikah, Kusumaningtyas, D., Bhirawa, S. W. S., & Muslih, B. (2023). Sistem Informasi (Sebuah Pendekatan Evaluatif Berbasis Riset). In M. D. Rahmayantis & T. W. Nugroho (Eds.), *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Melati, B. S. (2024). The Influence of Product Quality and Service Quality on Makeup Artist (MUA) Consumer Satisfaction in Bengkulu City (Case Study of Fhadinalove Mua Consumers in Bengkulu City). *Jurnal Fokus Manajemen*, 4(1), 141–150. bit.ly/4iEXETS
- Merici, A., Edlyna, A., Yeoh, A. C., Tan, A., Yauri, V., Manan, K. I., Muljadi, N.

- A., & Yulia, R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Berdasarkan Influencer Tasya Farasya. *Jurnal Manajmn Dan Pmasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 195–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Miskiyah, I. Z., & Setyowati, E. (2022). Persepsi Pengguna Instagram Terhadap Makeup Artist Di Era Teknologi Informasi. *Beauty and Beauty Health Education*, 11(1), 31–37. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v11i1.55024>
- Muhammad, G. R. et. a. (2023). Analyzing Make-Up Artist Promotion Strategy on Social Media Instagram in Surakarta City. *Jogjakarta Communication Conference*, 1(1), 53–59.
- Muslih, B., Ratnanto, S., & Leksono, P. Y. (2024). the Role of Location Mediation on Purchase Interest Towards Consumer Purchase Decision in Retail Industry. *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 540–547. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.415>
- Mustika, M. A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). Analisis Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Senmea*, 834–844. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3744>
- Mustofa, A. Y., Bhirawa, S. W. S., & Muslih, B. (2021). Analisis Volume Penjualan Beras Lokal Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Di Toserba Bahagia Nganjuk. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 1346–1352. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1122>
- Ni Nyoman Anjali Seruni, Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine Pada Generasi Z : Studi Kasus Kabupaten Bandung JIMEA. *Jurnal Ilmiah MEA*, 8(3), 885–900.
- Nur, M., Khoirun, A., Nining, S., Tyas, P., & Yani, A. (2024). Pengaruh Live Streaming , Online Review Customers Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan). *Jurnal ARIMBI (Applied Research In Management And Business)*, 4(1), 50–60. <https://unkartur.ac.id/journal/index.php/arimbi/article/view/297>
- Octaviana, V., Susilo, D., & Vidal, M. J. A. (2021). the Influence of the Dare To Be Bare Campaign on Brand Image on Instagram @Raikubeauty. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(2), 1–17. <https://doi.org/10.25139/sng.v11i2.4136>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. In *Adjie Media Nusantara Nganjuk*.
- Putri, M. S., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat

- Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97. <https://journal.uir.ac.id/index.php/jiabis/article/download/17262/6469/60656>
- Rohayati, R., & Gunawan, H. (2024). The Influencer of Brand Image, Service and Product Quality on Customer Loyalty of Make-Up Artist Service in Yogyakarta. *Research Horizon*, 04(03), 213–222. <https://bit.ly/3BvgagJ>
- Safira, A. N., Dwiyanti, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Journal*, 10, 165–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jtr.v10n2.p165-176>
- Santoso, E. A., Laksono, P. Y., & Muslih, B. (2022). Implementasi Digital Campaign Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Ruang Belajar Aqil. *Jurnal Analisis Manajemen*, 8(1), e05829–e05829. bit.ly/3VFFAz0
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). *City Branding*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri.
- Sinaga, S. A. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Lokari Coffee Shop* [Universitas Medan Area]. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25600/1/198600367> - Sony Akbar Sinaga Fulltext.pdf
- Siti, D., Larasati, A., & Meilina, R. (2024). The Influence of Price, Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction of Make Up Services at Elma Wedding Nganjuk. *Kilisuci International Conference on Economic & Business* 2, 1, 245–255. <https://bit.ly/3ZXJlgt>
- Sonata, E. A. P., Ernestivita, G., & Bhirawa, S. W. S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera. *SENMEA*, 8, 31–41. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3878>
- Sopio Saputra, Vereysita, S., Gouwami, M., Andayani, T. L. M., & Abdullah, M. (2024). Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk Dan Promosi Yang Efektif Di Shopee. *Jurnal Ekonomi USI*, 6(2), 248–260. <http://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/59>
- Syah, M. D., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibirung. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 273–285. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Tegar Setiawan, Hadita Hadita, & Neng Siti Komariah. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Rawa Lumbu (Studi Pada E-Commerce Zalora). *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(2), 242–268.

<https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1598>

- Times, I. (2024). *Arti Muse Makeup buat Kamu yang Belum Tahu, Prospek Karier Cerah*. Idntimes.Com.
<https://www.idntimes.com/life/women/rosyida-l/arti-muse-makeup-c1c2>
- Tohari, A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). *Structural Equation Modeling : Taxpayer Compliance Of MSMEs In Kediri City*. 18(7), 1–17.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Trilestari, I., Meilina, R., & Bhirawa, S. W. S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Kali Uceng Kecamatan Kasembon. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 210–219.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5688>
- Ultimarchya, D., Jahroh, S., & Hannan, S. (2024). Erialsr Makeup Artist Service Business Development Strategy. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(4), 305–312. <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i4.800>
- Wikipedia. (2024). *Inspirasi (Orang)*. Wikimedia Foundation.
[https://en.wikipedia.org/wiki/Muse_\(person\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Muse_(person))
- Windaryanto, H. (2024). Teknik Beauty Shoot Photography bagi Make Up Artis. *Jurnal Pendidikan*, 2(1), 9–13.
- Yang, X., Taketomi, T., Endo, Y., & Kanamori, Y. (2024). *Makeup Prior Models for 3D Facial Makeup Estimation and Applications*. 2165–2176.
<http://arxiv.org/abs/2403.17761>