

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, dan Jaakkola. (2015). *Customer Engagement Behaviours and Value Co-creation*. A book chapter intended for Customer Engagement: Contemporary Issues and Challenges.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Creswell, J.W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Delliana, A. S., & Wook, A. M. W. (2019). *Bigo Live: Ethical Degradation in Communication (A Critical Study of Communication in a ComputerMediated Communication Perspective)*. 439.
- Febriani, Nufian & Dewi, W. W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan Pertama). UB Press.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Www.Detik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Hasil Engagement BLP Beauty*. (n.d.). Retrieved June 1, 2020, from <https://socialblade.com/instagram/user/blpbeauty>
- Instagram Daniella Mega Lestari*. (n.d.). <https://www.instagram.com/daniellalestari/>
- Instagram Madformakeup*. (n.d.). <https://www.instagram.com/madformakeup.co/>
- Jatmiko, A. (2020). *SurveySensum: Pelaku Usaha Fokus Promosi Digital Saat Pandemi Covid-19*. Www.Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/berita/2020/04/20/surveysensum-pelaku-usaha-fokus-promosi-digital-saat-pandemi-covid-19>
- Kemenperin.go.id. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Www.Kemenperin.Go.Id. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kolah, A. (2013). *Guru in a Bottle: Pemasaran Berdampak Tinggi yang*

Memberikan Hasil. Elex Media Komputindo.

Krisyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada.

Lalu, R. (n.d.). *Pebisnis mulai mengencangkan ikat pinggang*. Www.Lokadata.Id.

<https://lokadata.id/artikel/pebisnis-mulai-mengencangkan-ikat-pinggang>

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

Mulyadi., et al. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mix Method*. PT

Rajagrafindo Persada.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.

Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang:

Kelompok Intrans Publishing

Putri, S. R. (n.d.). *5 Alasan Perempuan Indonesia Kian Memperhatikan Produk*

Skincare. Www.Cantika.Com. Retrieved April 25, 2020, from

[https://www.cantika.com/read/1298310/5-alasan-perempuan-indonesia-kian-](https://www.cantika.com/read/1298310/5-alasan-perempuan-indonesia-kian-memperhatikan-produk-skincare)

[memperhatikan-produk-skincare](https://www.cantika.com/read/1298310/5-alasan-perempuan-indonesia-kian-memperhatikan-produk-skincare)

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. CV.

Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. CV

Pustaka Abadi.

Tjiptono, F. et. a. (2017). *Pemasaran Strategik*. Andi.

Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Deepublish.

Website Official Madformakeup. (n.d.). Www.Madformakeup.Co.

<https://madformakeup.co/>

Website Shopee Mall Madformakeup. (n.d.).

Www.Shopee.Co.Id/Madformakeupofficial.

<https://shopee.co.id/madformakeupofficial>

Website Sociolla Madformakeup. (n.d.). Www.Sociolla.Com.

<https://www.sociolla.com/search?q=mad for makeup>

Website Tokopedia Madformakeup. (n.d.).

Www.Tokopedia.Com/Madformakekup.

ZAP Beauty Index 2020. (2020).