

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). *The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in Indonesia*. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(2-3), 131-148.
- Asnawati. (2021). *Kewirausahaan : Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*. Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Azzopardi, R. M., & Lubis, R. L. (2019). *Factors Affecting Women Entrepreneur In Malta And Indonesia*. *International Journal Of Arts & Science*, 12(1), 214-229.
- Bachri, B. S. (2020). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10 (1), 46–62
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Indeks Pembangunan Gender (Ipg) 2020-2021*. [Online]. <https://www.bps.go.id/indicator/40/463/1/IndeksPembangunan-Gender-Ipg-.html>. [15 Februari].
- Barus, E. S., & Mardi, R. W. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pengusaha Salon Kecantikan Di Kecamatan Medan Kota)*. Politeknik Negeri Medan.
- Beautetox. (2021). Get to Knows us. [Online]. [gettoknowus \(beautetox.com\)](http://gettoknowus.beautetox.com). [20 Juli 2022].
- Cekindo. (2021). *Process for Cosmetic Product Registration in Indonesia – 2021 Update*. [Online]. <https://www.cekindo.com/blog/process-for-cosmetic-product-registration-in-indonesia>. [6 juli 2022].
- Clayrs.id. (2018). [Online]. <https://www.instagram.com/clayrs.id/>. [25 Juli 2022].
- Darmadi Hamid. (2019). *Pengantar Pendidikan Era Globalisasi Konsep Dasar,Teori, Strategi dan Implementasi Dalam Pendidikan Globalisasi*. An1image.
- Dihni, V. A. (2021). *Penjualan E-Commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021*. [Online].

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>. [10 Juni 2022].
- Elfreda Jennifer. (2020). *How COVID-19 Boosted the Skincare Industry in Indonesia*. [Online]. <https://brightindonesia.net/2020/10/28/how-covid-19-boosted-the-skincare-industry-in-indonesia/>. [10 Juni 2022].
- Firman, A. (2018). *Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Online di Kota Makassar*. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 7(3).
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Kegagalan dan Keberhasilan dalam Kewirausahaan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Glumore. (2018). [Online]. <https://www.instagram.com/glumore.id/?hl=id>. [20 Juli 2022].
- Haasiani Nova. (2021). *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing*. [Online]. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>. [13 Desember 2021].
- Happypackage. (2021). [Online]. <https://www.instagram.com/happypackage.id/?hl=id>. [20 Juli 2022].
- Hishrich. (2017). *Kewirausahaan ed.7*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- IFC. (2016). *Women-owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions*. International Finance Corporation (IFC), March, 42-44.
- Irawati, S. A., & Sudarsono, B. (2018). *Analisa Faktor-Faktor Yang Memotivasi Perempuan Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi Kasus Pada Ibu Muda Di Kecamatan Bangkalan)*. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 6(2), 5. <https://doi.org/10.29303/jdm.v6i2.35>.
- Jelita, I. N. (2021). *Transaksi Online Produk Kosmetik Capai 80%, Genjot Kualitas Lokal*. [Online]. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/408663/Transaksi-Online-Produk-Kosmetik-Capai-80-Genjot-Kualitas-Lokal>. [10 Mei 2022].
- Kaswan. (2017). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Khotimah, N. (2016). *Pengaruh pelatihan keterampilan terhadap minat berwirausaha pada masyarakat muslim desa panca mukti kec. pondok kelapa*

- kab. bengkulu tengah.* 32-33.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/557>
- Kim, S. M., & Sherraden, M. (2014). *The impact of gender and social networks on microenterprise business performance. Journal of Sociology and Social Welfare*, 41(3), 65.
- Kumparan. (2021). *Survei Sirclo: Rata-rata Omzet UMKM Perempuan di Bawah Rp 15 Juta per Bulan.* [Online].
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/survei-sirclo-rata-rata-omzet-umkm-perempuan-di-bawah-rp-15-juta-per-bulan-1xvPZ9vPyTZ>. [22 Juni 2022].
- Krishnamoorthy, V., & Balasubramani, R. (2014). *Motivational factors among women entrepreneurs and their entrepreneurial success: A study. International Journal of Management Research and Business Strategy*, 3(2), 13-26.
- Kusumastuti, A. D. (2020). *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Eksistensi Bisnis Umkm Dalam Mempertahankan Business Continuity Management (Bcm). Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 230.
<https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.4188>.
- Kominfo. (2021). *Pemerintah Dorong UMKM Perempuan Maksimalkan Potensi Lewat Digitalisasi dan Sertifikasi Halal.* [Online].
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/37795/pemerintah-dorong-umkm-perempuan-maksimalkan-potensi-lewat-digitalisasi-dan-sertifikasi-halal/0/berita>. [08 September 2022].
- K.Yin Robert.2003. *Studi Kasus,Desain,dan Metode*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J.2004.*Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung:PT.Remaja Rosdakarya.
- Le, Q. V., Nguyen-Lisovich, M., & Raven, P. V. (2016). *Regional differences in behaviors, attitudes, and motivations related to performance among women-owned microenterprises in Vietnam. World Development Perspectives*, 2, 17-24.
- Leres, T. C. P. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Minat*

- Berwirausaha Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Young Entrepreneur Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam-Universitas Islam Negeri Walisongo, 2(7), 17-18.*
- Lina. (2020). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. [Online]. <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>. [6 Juli 2022].
- Mardia, et al. (2021). *Kewirausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Melissa, E., Hamidati, A., Saraswati, M. S., & Flor, A. (2015). *The Internet and Indonesian women entrepreneurs: Examining the impact of social media on women empowerment*. In *Impact of information society research in the global south* (pp. 203-222). Springer, Singapore.
- Niran, K. (2019). *Trik Sukses Menjalin Relasi: Cara Mudah Bergaul, Membangun Pengaruh, dan Memenangkan Kepercayaan Siapa Saja*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Notordinary. (2021). *5 Peran Pemerintah Dalam Mendorong Tumbuhnya Dunia Usaha*. [Online]. <https://notordinaryblogger.com/5-peran-pemerintah-mendorong-tumbuhnya-dunia-usaha/2/>. [23 Agustus 2022].
- Pangarso Astadi. (2016). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Purnamasari, E. (2020). *Ide Bisnis Modal Tipis 500 Ribuan Langkah Sukses Membangun, Menerapkan Strategi, hingga Mengatasi Hambatan Bisnis*. Yogyakarta: Unicorn Publishing.
- Radysacosmetic. (2019). [Online]. <https://www.instagram.com/explore/search/keyword/?hl=id&q=Radysacosmetic>. [20 Juli 2022].
- Research dan Markets. (2020). *Global Cosmetic Skin Care Industry (2020 to 2027) - Market Trajectory & Analytics*. [Online]. <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/09/25/2099275/0/en/Global-Cosmetic-Skin-Care-Industry-2020-to-2027-Market-Trajectory-Analytics.html>. [10 Juni 2022].
- Rizkinaswara, L. (2020). *UMKM Online jadi Solusi Bertahan saat Pandemi Covid-*

19. [Online]. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>. [10 Juni 2022].
- Safitri, T. Y., & Hatammimi, J. (2014). *Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi pada Mahasiswi Sekolah Bisnis di Bandung)*. *eProceedings of Management*, 1(3).
- Sibaran, C. G. G. T., Nelly, A., Irwansyah, I., & Suharianto, J. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*.
- Sari, W. N., & Yona, M. (2020). *Pendidikan Formal Dan Non Formal Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Riau Kepulauan*. *Bening*, 7(2), 153–164.
- Sarker, S., & Palit, M. (2014). *Determinants of success factors of women entrepreneurs in Bangladesh-A study based on Khulna region*. *Business and Economic Research*, 4(2), 237.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York: Wiley.
- Sirclo. (2021). *Pertumbuhan Wirausaha Wanita di Indonesia dan Kontribusinya Bagi Ekonomi*. [Online]. <https://www.sirclo.com/blog/pertumbuhan-wirausaha-wanita-di-indonesia-dan-kontribusinya-bagi-ekonomi/>. [22 Juni 2022].
- Sleepover. (2016). [Online]. <https://www.instagram.com/sleepover.idn/?hl=id>. [20 Juli 2022].
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta, CV.
- Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Bandung: Elex Media Komputindo.
- Soenjoto, W. P. P. (2021). *Kewirausahaan Jasa Teori dan Penerapannya*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Thian Alexander. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tisa, A., & Anggadwita, G. (2018). *Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Women Entrepreneur Pemilik*

- Usaha Fashion Di Kota Bandung. eProceedings of Management, 5(2).*
- Tokopedia. (2021). *Skincare Lokal Paling Diburu Masyarakat Selama Kuartal II/2021 di Tokopedia*. [Online]. [Skincare Lokal Paling Diburu Masyarakat Selama Kuartal II/2021 di Tokopedia \(kontan.co.id\)](https://www.tokopedia.com/kontan.co.id). [6 Juli 2022].
- Unicef. (2022). *Mengatasi Hambatan Gender dalam Kewirausahaan dan Kepemimpinan bagi Anak Perempuan dan Perempuan Muda di Asia Tenggara* [Online]. <https://www.unicef.org/indonesia/media/>. [08 September 2022]
- Usman, U. S., & Kamau, J. N. (2017). *Factors Influencing Entrepreneurial Intention among Muslim Undergraduate Students in Kenya. Journal of Business and Management, 19(10), 47.*
- Wisnujati, N. S. (2020). *Penyusunan Indeks Pemberdayaan Gender dan Indeks Pembangunan Kabupaten Bojonegoro. Journal Sosioagribis, 20(2), 67–81.*
- Yulianto. (2021). *Pendapatan Industri Kecantikan Indonesia 2020, Capai Rp 99 T.* [Online]. <https://d.republika.co.id/berita/qpa4dj396/pendapatan-industri-kecantikan-indonesia-2020-capai-rp-99-t>. [6 Juli 2022].