

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Ainunnisa, N. A., & Hendriyani, C. T. (2020). Jurnal Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra (Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra). *Jurnal Komunikasi*, 5–6. <https://www.jurnalkommas.com/docs/JurnalD0216071.pdf>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Anastasia, H. (2009). *Cantik, Sehat, Et Sukses Berbisnis*. Penerbit Kanisius.
<https://books.google.co.id/books?id=K7DxzQEACAAJ>
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., Purba, N., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1, 6–12.
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Br Sibuea, A. M. E., & Kando, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Mempertahankan Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Toko Marmel Florist Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 76.
<https://doi.org/10.46930/global.v10i1.1779>
- Cathalya Natasya, Fajrin Ramadanti, M. J. (n.d.). *ARTIKEL CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ MONOMOLLY . ID DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI*. 6(3), 1–11.
- Delvianti. (2023). Analisis Pengelolaan Dan Pertanggungjawaban Aset Tetap Berdasarkan

- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 Di Kelurahan Pulo Gebang. *Skripsi*, 3, 31–35. <http://repository.stei.ac.id/11095/>
- Dena, F. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Masalah Melalui Metode Debat Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 28–28.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 73–88.
- Dr. Abdul Fattah Nasution, M. p. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://repository.uinsu.ac.id/19091/1/buku metode penelitian kualitatif.Abdul Fattah.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/19091/1/buku%20metode%20penelitian%20kualitatif.Abdul%20Fattah.pdf)
- Ferdinand, A. G. (2019). Konten. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE*, 120(11), 259.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Handayani, R. (2020). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue September).
- Hassanah, U. (2024). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA SALON IMA STABAT*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Heryana, A. (2020). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul, December*, 1–14.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Imiah. *Journal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- Irwan. (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan*.
- Irwasyah, & Suradji, M. (2021). Pelanggan Dan Karakteristiknya. *Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 4(2), 170–188.
- Ischak, W. I., Badjuka, B. Y., & Zulfiayu. (2019). *Modul Riset Keperawatan*. 12, 99–119.

- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi*, 1(1), h.1.
- Khoirun Nisa, & Ilya Farida. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Kecantikan Tiara Surabaya. *Soetomo Management Review*, 2(5), 631–638. <https://doi.org/10.25139/smr.v2i5.8206>
- Khosiah, Hajrah, S. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 141–149.
<https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/219/210>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Prentice Hall.
https://books.google.co.id/books?id=BW_DQgAACAAJ
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, 9(2), 111 – 119. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Mausa, A. (2020). Strategi pengembangan bisnis dalam bidang kecantikan. *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 155(1), 58–66.
- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan New Media Untuk Efektivitas Komunikasi Di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 28.
<https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.20302>
- Nurina, N., Ruwaida, R., & Trikariastoto, S. (2020). Perbandingan Daya Serap Peserta Pada Pelatihan Digital Marketing Secara Online Dan Offline Bagi Umkm Di Era New Normal. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 3(3), 174–179. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1071>
- Nurlita, R. (2018). Nurlita, R. (U. M. M. I. M. (2018). No Title[UIN Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/11802/1/14130016.pdf>. 3(2), 91–102.
- Oliver. (1999). Applications for Hydrous Ferric Oxide Mine Water Treatment Sludge - A Review. *Reliable Mine Water Technology: Proceedings of the International Mine Water Association Annual Conference 2013, Vols I & II*, 63, 519–524.
- Purnomo Aji, B., Widiyani Roosinda, F., & Ekantoro, J. (2022). Implementasi Konten Kreatif @Maharagung. Organizer Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(1), 24–31.

<https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i1.66>

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Rahmadani, I. L., & Ningrum, N. K. (2023). STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN USAHA RARA LAUNDRY (Studi Kasus Pada Rara Laundry Kec. Arjasa). *Jurnal Ekonomi Syari'Ah*, 5(1), 44–59.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

Rukajar. (2021). Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 2775–4693.

Ryan. (2014). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>

Sa'diya, L. (2017). STRATEGI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DI ERA GENERASI Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi (Competence : Journal of Management Studies)*, 11(2), 186–195. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3530/2601>

Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.

Sanika Masdaniaty, N. P. I. (2024). the Effect of Online Sales Strategy, Service Quality, and Price Perception on Customer Loyalty At Kukume Beauty. *Jurnal Ekonomi Ichsan Sidenreng Rappang*, 3(1), 249–262. <https://doi.org/10.61912/jeinsa.v3i1.35>

Sigit Indrawijaya, M., & Dr Dahmiri S.E, M. si. (2017). *Pengantar Bisnis Penulis*. file:///C:/Users/User/Documents/22. BUKU Pengantar Bisnis Dr Dahmiri & Sigit Indrawijaya.pdf

Soeyono, D. (2018). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.

Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). DAMPAK KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENDAHULUAN Dunia usaha yang semakin berkembang menuntut pelaku usaha mampu merespon perubahan yang terjadi dengan memahami perilaku konsumen . Perusahaan yang tidak mampu memahami perilaku konsumen se. 8(2), 244–259.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Syata, N. (2012). MAKNA CANTIK DI KALANGAN MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF FENOMENOLOGI MEANING. *MAKNA CANTIK DI KALANGAN MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF FENOMENOLOGI MEANING*, 32.

V. Wiratna Sujarweni. (2014). Metodologi Penelitian. *PT. Rineka Cipta, Cet.XII)an Praktek*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, Cet.XII), 107.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, A. I. (2020). *Digital Marketing*.