

DAFTAR PUSTAKA

- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2011). *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Tentang Metode Analisis Kosmetika*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management Concept and Cases (13th edition)*. USA: Prentice Hall.
- Dollinger, Marc J. (2003). *Entrepreneurship Strategies and Resources (3rd edition)*. USA: Pearson Education Ltd.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Handayani. (2001). Efektifitas Outwardbound Training Untuk Meningkatkan Harga Diri dan Kemampuan Kerjasama. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, 2 (2), 44-50.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2001). *Marketing Management*. Jakarta: Prenhallindo.
- Nunn, Les dan Brian McGuire. (2010). The Importance of A Good Business Plan. *Journal of Business & Economic Research*, 8(2),95-106.
- Osterwalder, P., Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Pramita, E. (2017). *Industri Kecantikan di Indonesia Alami Pertumbuhan Pesat*. Retrieved September 26, 2019, from Majalah Kartini Website. <http://majalahkartini.co.id>
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sardjono, C., Pawito. (1994). *Teori-teori Komunikasi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sartono, Agus. (2012). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Ed Keempat. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Syamsuddin, Lukman. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: CV Rajawali
- Wickham, Philip A. (2001). *Strategic Entrepreneurship (2nd edition)*. England: Pearson Education Ltd
- Widoatmodjo, Sawidji. (2016). *New Business Model in Digital Age*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wijaya, Hari dan Hani Sirine. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(3),175-190.
- Wiridjati, Wikman dan Renny Risqiani Roesman. (2018). Fenomena Penggunaan Media Sosial Dan Pengaruh Teman Sebaya Pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 11(2),275-290.