

DAFTAR PUSTAKA

- After Beaute. (n.d.). *About Us*. Retrieved September 2021, from After Beaute:
<https://www.afterbeaute.com>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved September 2021, from Badan Pusat Statistik:
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensuspenduduk-2020.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV - 2020*. Retrieved September 2021, from Badan Pusat Statistik:
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Barney, J. (2014). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (4th ed.). London: Pearson.
- Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., & Schaefer, S. (2016). *Economies of Strategy* (7th ed.). New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Direktorat Neraca Produksi. (2021). *Pendapatan Nasional Indonesia 2016 - 2020*. Retrieved September 2021, from Badan Pusat Statistik:
<https://www.bps.go.id/publication/2021/06/08/bcb06430a707226bff9f8d99/pendapatan-nasional-indonesia-2016-2020.html>
- Ekarina (2020, Oktober 27). *Survey KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri*. Retrieved September 22, 2021, from
<https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy analysis* (10th ed.). New Jersey: Willey & Sons, Inc.
- Gudowska, B.. (2017). *The Power of Quality in Product Management of Cosmetics. The Case of Halal Beauty Products*. Globalization, the state and the Individual, 3(15), 29 – 39.
- Haasiani, N. (2021, Maret 25). *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing*. Retrieved September 22, 2021, from Kompas:
<https://kompas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>

- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2010). *Strategic Management: An Integrated Approach* (9th ed.). Mason, USA: Cengage Learning.
- Hootsuite. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. Retrieved Oktober 16, 2021, from Hootsuite: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-global-overview-report-january-2021-v03>
- Hootsuite. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved Oktober 16, 2021, from Hootsuite: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021indonesia-january-2021-v01>
- Iryani, I. (2019). *Identifikasi dan Evaluasi Keunggulan Bersaing dari Swaragama FM dengan Pendekatan Berbasis Sumber Daya, Rantai Nilai, dan Penggerak dari Strategi Bersaing Generik*. Thesis, Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Jakarta.
- Kalbuadi, H. (2018). *Identifikasi Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan dan Kompetensi Inti Melalui Pendekatan Perspektif Berbasis Sumber Daya di PT Swaragama FM*. Thesis, Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Jakarta.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). *Berita Industri*. Retrieved Oktober 2021, from <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/PerubahanGaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Laporan Keuangan Pemerintah Pusat Tahun 2020*. Retrieved Oktober 2021, from <https://www.kemenkeu.go.id/media/18103/lkpp-2020.pdf>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Ramadhani, F. (2020). *7 Brand Lip Tint Lokal Memimpin Penjualan di Shopee dan Tokopedia: Ini Data Penjualannya*. Retrieved September 2021, from Kompas: <https://kompas.co.id/article/penjualan-lip-tint-lokal/>
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods* (13th ed.). New York: McGraw - Hill / Irwin.
- Sugibayashi, K., dkk. (2019). *Halal cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods*. MDPI, 6(37).



- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. J. (2020). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases* (22nd ed.). New York: McGraw - Hill / Irwin.
- Wardhani, R. (2017). *Analiis Rantai Nilai dan Keunggulan Bersaing Pada Industri Pengolah Daging (Studi pada PT WDP Semarang)*. Thesis, Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Jakarta.
- Widjono, A. O. (2016). *Analisis Building Blocks Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Dalam Indusrtri Otomotif Nasional: Studi Pada PT Honda Prospect Motor*. Thesis, Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Jakarta.