

PROPOSAL
PLATFORM UNTUK LAYANAN PERSONALISASI
PRODUK KECANTIKAN
“BEAUTYMATCH”



DISUSUN OLEH

AURA ZAHRA RAMADHANI	2310631250007
SALIYAH MACKY	2310631250030
FLAVIA HANA ALPRIYAN	2310631250057
M. AFDHALU SANDI	2310631250066
RATU AGRA AULIYANA	2310631250103

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG

2024

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
BAB I: Pendahuluan	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Tujuan	2
1.3 Manfaat	2
BAB II: Gambaran dan Rencana	4
2.1 Konsep Layanan	4
Deskripsi Layanan	4
Alur Pelayanan	5
2.2 Analisis Pasar	5
2.3 Strategi Bisnis	6
Analisis SWOT	6
Business Model Canvas	7
2.4 Rencana Implementasi	7
Analisis Sumber Daya Manusia	7
Analisis Keuangan	8
2.5 Penerapan Prinsip e-Business	8
BAB III: Kesimpulan	20
DAFTAR PUSTAKA	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah kulit wajah sering menjadi perhatian utama di Indonesia, terutama dengan kondisi iklim yang beragam. Untuk mengatasi tantangan ini, kami merencanakan pembuatan sebuah platform yang dioptimalkan dengan mesin pencarian. Melalui platform ini, individu dapat mencari informasi dan solusi perawatan kulit wajah dengan mudah. Rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit juga akan tersedia. Platform dapat memberikan akses mudah dan informasi yang berkualitas terkait produk kecantikan kepada masyarakat Indonesia. Inisiatif ini akan membantu masyarakat merawat kulit wajah mereka dengan lebih baik, meningkatkan kesehatan kulit, dan meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam prosesnya.

1.2 Tujuan

- a. Menyediakan akses yang mudah dan cepat kepada pengguna untuk menemukan produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan kulit dan preferensi pengguna.
- b. Mengurangi ketidakpastian dan keraguan konsumen dalam memilih produk kecantikan dengan menyediakan informasi tentang komposisi, alergen, dan manfaat dalam produk.
- c. Menyediakan fitur pencarian dan filtrasi yang canggih agar pengguna dapat menemukan produk dengan cepat dan akurat.
- d. Memberikan rekomendasi produk yang relevan dan dipersonalisasi.
- e. Menyediakan tautan langsung ke situs web penyedia produk yang terpercaya.

1.3 Manfaat

- a. Pengguna dapat menemukan produk kecantikan yang tepat untuk masalah kulit yang mereka alami.

- b. Pengguna dapat menghindari pemakaian produk kecantikan yang mengandung bahan-bahan yang dapat memperburuk kondisi kulit mereka.
- c. Pengguna memiliki kebebasan untuk menjelajahi produk dan melakukan konsultasi kapan pun.
- d. Meningkatkan kepuasan pengguna dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.
- e. Meningkatkan penjualan dan menjaga stabilitas penjualan produk kecantikan dari perusahaan terafiliasi.

BAB II

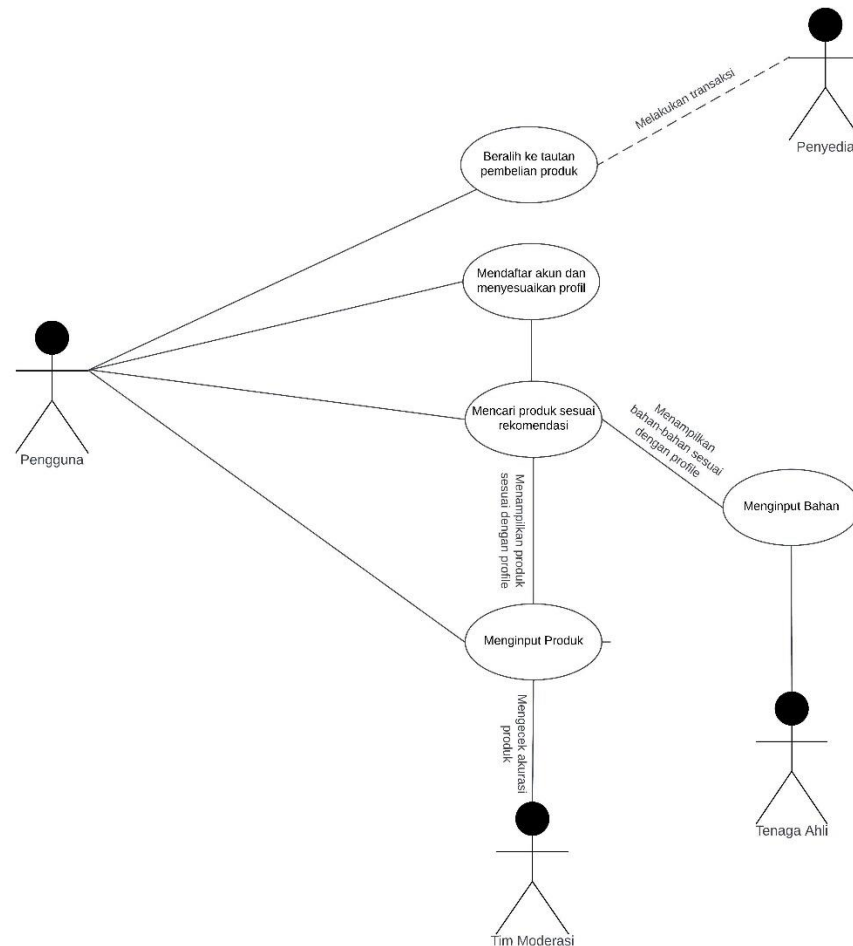
GAMBARAN DAN RENCANA

2.1 Konsep Layanan

a. Deskripsi Layanan

1. Platform menyediakan formulir pendaftaran untuk pengguna yang memiliki fitur penyesuaian profil agar pengguna dapat menambahkan (atau mengubah) informasi terkait jenis kulit, alergen, preferensi bahan, dan merk yang disukai.
2. Platform menyediakan mesin pencarian yang memungkinkan pengguna untuk menemukan produk dengan cepat dan akurat, dengan filter yang disesuaikan berdasarkan profil pengguna.
3. Platform menggunakan algoritma pemrosesan data untuk menganalisis profil pengguna dan menyajikan rekomendasi produk yang relevan dan dipersonalisasi.
4. Platform menyediakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menginput informasi terkait suatu produk, dan akan diperiksa oleh tim moderasi untuk memastikan kualitas dan keakuratan data sebelum ditampilkan dalam database publik.
5. Platform menyediakan informasi tentang bahan-bahan alami maupun kimia yang pada umumnya terkandung dalam produk kecantikan, mencakup penjelasan tentang sifat, manfaat, dan potensi alergen dari masing-masing bahan. Informasi ini diinput oleh tenaga ahli bidang terkait sehingga dapat dipercaya kredibilitasnya.
6. Platform menyediakan tautan langsung ke penyedia produk terpercaya, seperti situs e-commerce atau *drugstore* terkemuka yang menjual produk yang dipilih oleh pengguna.

b. Alur Pelayanan



2.2 Analisis Pasar

Di era perkembangan teknologi yang pesat saat ini, industri kecantikan menjadi salah satu bidang yang berada di puncak tren. Banyak orang yang membutuhkan platform yang dapat membantu mereka untuk mengatasi masalah kulitnya dan mendapatkan rekomendasi produk yang cocok dengan melihat kandungan yang ada di dalam produk sesuai dengan kondisi kulitnya. Oleh karena itu, sistem yang dapat menyediakan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan profil pengguna akan menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menurunkan ketidakpuasan pelanggan akibat mengalami efek buruk dari suatu produk tertentu. Pelanggan yang puas akan kembali menggunakan platform ini untuk mencari informasi

dari produk kecantikan, juga meningkatkan dampak pemasaran melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

2.3 Strategi Bisnis

a. Analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

- Pelayanan konsultasi menjadi lebih mudah, *affordable*, serta efisien.
- Memperjelas pemahaman serta kesadaran terhadap komposisi suatu produk kecantikan dan kecocokannya untuk pelanggan.
- Mempermudah akses untuk mendapatkan rekomendasi serta perawatan yang dibutuhkan secara *online*.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Pengelolaan serta pengembangan fitur yang memerlukan keahlian lebih dalam bidang *web/application development*.

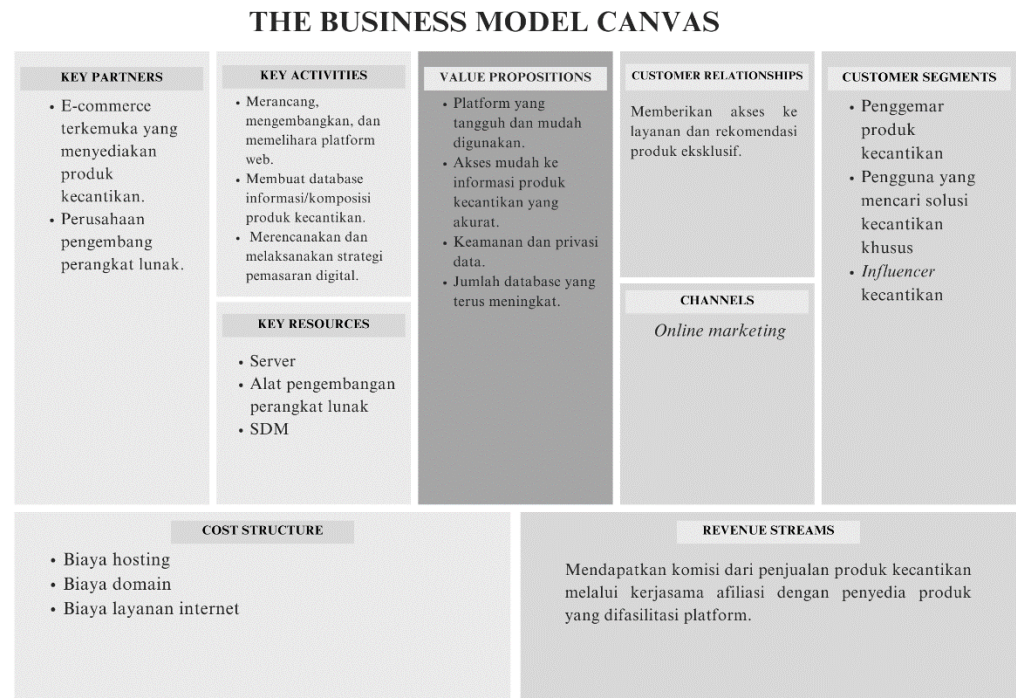
3. *Opportunities* (Peluang)

- Angka penggemar perawatan kecantikan *internet-based* yang tinggi.
- Belum ada *website* ulasan produk bidang kecantikan yang serupa.

4. *Threats* (Ancaman)

- Risiko tuntutan hukum dari pelanggan apabila terjadi kekeliruan pada deskripsi komposisi.

b. Business Model Canvas



2.4 Rencana Implementasi

a. Analisis Sumber Daya Manusia

1. Tenaga ahli bidang kecantikan: Menambahkan informasi mengenai bahan-bahan yang terdapat dalam produk kecantikan sesuai dengan kebenarannya secara medis.
2. Tim moderasi: Melakukan verifikasi terkait produk yang telah diinput oleh pengguna agar bisa ditampilkan di platform, dan memverifikasi akun pengguna.
3. Pemasaran dan promosi: Mempromosikan website dan memperluas pangsa pasar.
4. Pengembang dan desainer website: Membuat website sesuai dengan yang dibutuhkan, serta mengembangkan website secara berkala sesuai dengan kebutuhan pengguna.
5. Tim pengelola kerjasama: Bertanggung jawab atas hubungan dengan perusahaan yang terafiliasi.

b. Analisis Keuangan

Berikut adalah biaya yang diperlukan dalam pengembangan platform:

No.	Keterangan	Nominal (Rp)
1.	1 Set PC	3.899.000
2.	Layanan Internet	350.000
3.	Biaya Hosting	45.900
4.	Biaya Domain	94.900
Jumlah		4.389.800

2.5 Penerapan Prinsip e-Business

1. Inovasi Berkelanjutan

a. Integrasi AI untuk Analisis Wajah

Platform layanan personalisasi produk kecantikan dapat menggunakan teknologi AI untuk menganalisis wajah konsumen dan memberikan rekomendasi produk kecantikan yang sesuai dengan jenis kulit, warna mata, dan bentuk wajah mereka. Dengan demikian, konsumen dapat mendapatkan produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

b. Fitur Pembelian Online dengan Opsi Pengiriman

Platform layanan personalisasi produk kecantikan dapat menawarkan fitur pembelian online yang memungkinkan konsumen untuk memesan produk kecantikan secara online dan memilih opsi pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, konsumen dapat memesan produk kecantikan dengan mudah dan cepat.

c. Fitur Pembayaran dengan Opsi Pembayaran Online

Platform layanan personalisasi produk kecantikan dapat menawarkan fitur pembayaran dengan opsi pembayaran online yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara online menggunakan kartu kredit, transfer bank, atau metode

pembayaran lainnya. Dengan demikian, konsumen dapat melakukan pembayaran dengan mudah dan cepat.

d. Fitur Review dan Rating

Platform layanan personalisasi produk kecantikan dapat menawarkan fitur review dan rating yang memungkinkan konsumen untuk memberikan ulasan dan rating produk kecantikan yang mereka beli. Dengan demikian, konsumen dapat mengetahui kualitas produk kecantikan sebelum membelinya dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

e. Fitur Pembelian Berlangganan

Platform layanan personalisasi produk kecantikan dapat menawarkan fitur pembelian berlangganan yang memungkinkan konsumen untuk memesan produk kecantikan secara berlangganan dan mendapatkan produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara teratur. Dengan demikian, konsumen dapat mendapatkan produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara teratur dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

2. Fokus pada Pengalaman Pengguna

Dalam Platform untuk Layanan Personalisasi Produk Kecantikan/Beauty Match, kita harus melibatkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan secara mendalam untuk menciptakan pengalaman pengguna yang memikat, personal, dan efisien, sehingga meningkatkan keberhasilan platform dan kepuasan pengguna. Berikut merupakan beberapa aspek yang perlu diperhatikan, antara lain:

a. Antarmuka Pengguna (*User Interface*)

- Antarmuka pengguna harus menarik dan intuitif. Pengguna harus dapat dengan mudah menavigasi dan memahami fitur-fitur yang ada.

- Konsistensi dalam desain antarmuka membantu pengguna merasa nyaman dan akrab dengan platform. Misalnya, penggunaan warna, ikon, dan tata letak yang konsisten.
 - Antarmuka harus responsif terhadap berbagai perangkat (desktop, tablet, ponsel) dan ukuran layar.
- b. Personalisasi
- Platform memberikan rekomendasi produk kecantikan yang relevan berdasarkan preferensi dan riwayat pengguna. Personalisasi ini meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna.
 - Pengguna dapat mengatur profil pribadi mereka dengan informasi seperti jenis kulit dan masalah kulit tertentu.
- c. Kecepatan dan Kinerja
- Platform memuat dengan cepat. Pengguna tidak ingin menunggu terlalu lama saat mengakses produk atau layanan.
 - Platform merespons dengan cepat terhadap tindakan pengguna, seperti pencarian produk atau memilih kategori.
- d. Navigasi yang Efisien
- Navigasi terstruktur dengan baik. Pengguna dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka cari.
 - Fitur pencarian memberikan hasil yang relevan dan akurat.
- e. Keamanan dan Privasi
- Pengguna merasa aman saat menggunakan platform. Informasi pribadi dijaga dengan baik dan tidak disalahgunakan.
 - Platform menjelaskan bagaimana data pengguna digunakan dan memberikan opsi privasi yang jelas.

3. Data-Driven Decision Making

a. Analisis Data Pelanggan

Layanan personalisasi produk kecantikan dapat menggunakan data pelanggan untuk menganalisis perilaku dan preferensi pelanggan.

Data ini dapat berasal dari survei, pengujian produk, dan riwayat pembelian. Dengan demikian, layanan dapat merekomendasikan produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

b. Analisis Data Transaksi

Layanan personalisasi produk kecantikan dapat menggunakan data transaksi untuk menganalisis tren penjualan dan perilaku pembelian. Dengan demikian, layanan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

c. Analisis Data Situs Web dan Media Sosial

Layanan personalisasi produk kecantikan dapat menggunakan data situs web dan media sosial untuk menganalisis perilaku online pelanggan. Dengan demikian, layanan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

d. Analisis Data Eksternal dan Data Pasar

Layanan personalisasi produk kecantikan dapat menggunakan data eksternal dan data pasar untuk menganalisis tren ekonomi, demografi, dan perilaku konsumen. Dengan demikian, layanan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

4. Pengembangan Ekosistem Digital

Pengembangan ekosistem digital platform untuk layanan personalisasi produk kecantikan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengembangan produk kecantikan, selain itu ekosistem digital ini juga membantu perusahaan kecantikan meningkatkan daya saing dan kualitas layanannya. Mengembangkan ekosistem platform untuk layanan personalisasi produk kecantikan melibatkan banyak aspek yang saling terhubung untuk menciptakan pengalaman pengguna. Berikut adalah langkah-langkah dan komponen yang diperlukan :

1. Membangun aplikasi yang responsif dan bisa di akses di berbagai perangkat.
2. Navigasi yang mudah dan estetika yang menarik melalui desain UI/UX.

**Dapat diperhatikan di gambar 1 dan gambar 2 untuk tampilan desain pada halaman selanjutnya.*



(Gambar 1) Tampilan desain *interface* BeautyMatch pada *Desktop*



(Gambar 2) Tampilan Tampilan desain *interface* BeautyMatch pada *Mobile*

3. Mengembangkan algoritma yang menganalisis preferensi pengguna dan merekomendasikan produk yang sesuai.
4. Pengguna dapat membuat profil dengan detail tentang jenis kulit, masalah kulit dan preferensi produk.

5. Memastikan data pengguna terlindungi dengan enkripsi dan kebijakan privasi yang ketat.
6. Menjalinkan kerjasama dengan *drugstore* ternama untuk memudahkan transaksi dan menjamin orisinalitas produk yang didistribusikan kepada pengguna.
7. Menyediakan fitur dimana pengguna dapat memberikan ulasan dan testimoni tentang produk.
8. SEO, SEM, media sosial, dan *influencer* untuk menarik pengguna baru.

5. Skalabilitas dan Fleksibilitas

Platform dirancang dengan fitur alat pencarian yang memungkinkan pengguna untuk mencari produk berdasarkan jenis kulit, masalah kulit, preferensi bahan, dan alergi, serta ruang untuk memberikan ulasan dan *rating* produk oleh pengguna. Sistem juga dapat menangani pertumbuhan jumlah pengguna tanpa mengurangi performa layanan. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan teknologi *cloud computing* yang dapat menyesuaikan kapasitas penyimpanan dan komputasi sesuai kebutuhan. Platform juga dirancang agar dapat diadaptasi dan diimplementasikan di berbagai negara dengan penyesuaian minimal, termasuk terjemahan bahasa, penyesuaian mata uang, dan pemenuhan regulasi lokal. Selain itu, sistem memungkinkan integrasi yang mudah dengan mitra e-commerce baru dan produsen produk kecantikan untuk menjangkau produk yang ditawarkan.

Platform memungkinkan pengguna untuk memperbarui profil mereka kapan saja, termasuk jenis kulit, masalah kulit, preferensi bahan, dan alergi, sehingga sistem dapat memberikan rekomendasi yang selalu relevan. Platform dibangun dengan mempertimbangkan perkembangan teknologi terbaru. Penggunaan framework dan teknologi yang modular memungkinkan integrasi dengan teknologi baru. Platform dapat diakses

melalui berbagai perangkat, baik melalui aplikasi mobile (iOS dan Android) maupun web, memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk mengakses layanan kapan saja dan dimana saja.

6. Keamanan dan Privasi

Semua data yang dikirimkan antara pengguna dan server platform dienkripsi menggunakan protokol SSL/TLS untuk mencegah akses tidak sah selama transmisi data. Data pribadi dan sensitif pengguna disimpan dalam basis data yang dilindungi dengan enkripsi, dan akses ke data ini dibatasi hanya untuk pihak yang berwenang melalui jalur yang aman. Menggunakan metode autentikasi yang kuat seperti autentikasi dua faktor (2FA) untuk memastikan bahwa hanya pengguna yang sah yang dapat mengakses akun mereka. Sistem pemantauan keamanan terus menerus diterapkan untuk mendeteksi dan merespon ancaman keamanan secara cepat, termasuk log aktivitas, analisis perilaku yang mencurigakan, dan respons insiden otomatis. Platform selalu diperbarui dengan patch keamanan terbaru untuk melindungi dari kerentanan dan ancaman baru yang muncul.

Pengguna memiliki hak untuk mengakses, memperbarui, dan menghapus data pribadi mereka kapan saja serta mengatur preferensi privasi mereka, termasuk pengaturan untuk berbagi data dengan pihak ketiga. Data pengguna hanya digunakan untuk tujuan yang telah disetujui oleh mereka, seperti memberikan rekomendasi produk, meningkatkan layanan, dan mengirimkan notifikasi yang relevan.

7. Interaksi Multichannel

Dalam penerapan prinsip e-bisnis, interaksi multichannel memiliki manfaat yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas bisnis dan pengalaman pelanggan. Begitupun pada penerapan platform beauty batch

ini, kita memerlukan beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan platform ini, diantaranya yaitu:

a. Saluran Komunikasi

Platform ini harus memungkinkan interaksi melalui berbagai saluran, termasuk situs web, media sosial, dan email. Misalnya, pengguna dapat mengakses layanan melalui situs web, dan menerima rekomendasi produk dengan menerima pemberitahuan melalui email.

b. Personalisasi Konten

Platform harus menyajikan konten yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi dan riwayat pengguna. Misalnya, jika pengguna telah mencari produk perawatan kulit tertentu di situs web, maka nanti akan ditampilkan rekomendasi produk yang relevan.

c. Integrasi Data

Platform ini harus mengintegrasikan data dari berbagai sumber, termasuk profil pengguna, riwayat pembelian, dan preferensi. Data ini harus digunakan untuk menghasilkan rekomendasi yang lebih akurat dan relevan.

8. Kolaborasi dan Kemitraan

Untuk meningkatkan jumlah pengguna baru di platform, penting untuk menjalin kerja sama dengan para pengguna media sosial, terutama influencer, untuk memperkenalkan platform kepada komunitas penggemar perawatan kecantikan. Hal ini dapat dilakukan melalui demonstrasi platform yang menarik perhatian dan mengedukasi pengguna potensial tentang fitur-fitur dan manfaat yang ditawarkan. Untuk mengoptimalkan layanan, platform diintegrasikan dengan sistem *e-commerce* milik perusahaan *drugstore* sehingga dapat mendistribusikan produk yang diinginkan oleh pengguna dan menjamin orisinalitas produk tersebut. Dengan demikian, platform dapat menghadirkan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan memperkuat kepercayaan pengguna.

9. Transparansi dan Kejujuran

Ulasan yang dibuat terhadap suatu produk memiliki peran signifikan dalam meningkatkan angka penjualan. Ulasan positif dari pengguna seringkali menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian pengguna lainnya. Namun, karena pentingnya ulasan ini, praktik penyebaran ulasan palsu atau “*fake review*” telah menjadi hal yang umum dalam dunia *digital marketing*. Tujuan utama dari ulasan palsu tersebut adalah untuk menciptakan citra positif secara instan, seringkali tanpa memperhatikan kejujuran dan transparansi. Sebagai platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengulas produk kecantikan. Sebagai platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengulas produk kecantikan, penting untuk mengantisipasi dan mencegah adanya ulasan palsu untuk menjaga integritas dan kepercayaan. Upaya ini dilakukan melalui:

a. Verifikasi Identitas Pengguna

Platform mengimplementasikan sistem profil yang kuat, dimana pengguna diwajibkan menggunakan email atau nomor telepon. Proses verifikasi ini membantu memastikan bahwa pengguna adalah individu nyata dan bukan akun palsu yang dibuat hanya untuk memberikan ulasan. Selain itu, tim moderasi harus melakukan pemeriksaan berkala untuk memastikan validitas dan keberadaan akun-akun tersebut. Hal ini dapat mencegah penyalahgunaan dan manipulasi ulasan.

b. Keseimbangan Platform

Platform menyediakan ruang bagi ulasan positif ataupun negatif tanpa adanya sensor terhadap ulasan negatif. Dengan memungkinkan pengguna untuk melihat berbagai jenis ulasan, platform dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat mengenai suatu produk. Pengguna akan merasa lebih percaya dan diyakinkan dalam membuat keputusan pembelian, baik itu memilih untuk membeli suatu produk atau sebaliknya, menghindarinya.

c. Menghindari Konflik Kepentingan

Platform memiliki kebijakan yang tegas dalam hal tidak menerima bayaran untuk penanaman ulasan yang menguntungkan pihak tertentu. Jika ada kerja sama dengan sponsor dari suatu *brand*, platform memberikan *benefit* yang berbeda, seperti menampilkan *headline* untuk produk tersebut, yang menarik perhatian pengguna untuk membuka dan membaca rincian produk secara mendalam, tanpa mempengaruhi isi ulasan.

d. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan

Teknologi kecerdasan buatan (AI) dapat dimanfaatkan untuk mengidentifikasi anomali dari ulasan-ulasan yang ada. AI dapat mendeteksi pola-pola yang menunjukkan ulasan palsu atau manipulatif, seperti penggunaan bahasa yang seragam, waktu *posting* yang tidak wajar, atau pola penilaian yang mencurigakan. Dengan adanya sistem ini, platform dapat lebih efektif dalam mengeliminasi ulasan-ulasan yang tidak jujur.

10. Responsif terhadap Perubahan

Untuk memastikan platform untuk layanan personalisasi produk kecantikan responsif terhadap perubahan dengan mengumpulkan umpan balik dari pengguna secara terus-menerus untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selalu *update* dengan tren teknologi terbaru yang dapat meningkatkan kinerja dan fungsionalitas platform serta melakukan upgrade rutin terhadap *stack* teknologi yang digunakan untuk menjaga keamanan dan kinerja optimal.

BAB III

KESIMPULAN

Platform ini memiliki kekuatan dalam pelayanan konsultasi yang lebih mudah serta dapat meningkatkan efisiensi, tingginya tingkat kepuasan pelanggan, memperjelas pemahaman serta kesadaran terhadap produk kecantikan yang cocok untuk pelanggan, dan mempermudah akses untuk mendapatkan rekomendasi serta perawatan yang dibutuhkan secara online. Tetapi, platform juga akan memiliki kelemahan dalam pengelolaan serta pengembangan fitur yang cukup rumit dan rekomendasi yang kurang tepat dapat mengganggu pelanggan. Akan tetapi, platform ini memiliki peluang untuk peningkatan aksesibilitas informasi produk kecantikan, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan. Untuk mengimplementasikan platform ini, perlu dilakukan analisis sumber daya manusia dan analisis keuangan, seperti seperti tenaga ahli bidang kecantikan, tim moderasi, pemasaran dan promosi, pengembang dan desainer website, dan tim pengelola kerjasama.

DAFTAR PUSTAKA

Febrianto, Dinda A, dkk. 2017. Aplikasi Penjualan Produk Kecantikan dan Konsultasi Berbasis Web di Klinik Vania Skincare. *E-Proceeding of Applied Science*. ISSN: 2442-5826, Vol. 3, No. 3, Hal. 1583-1594.

Saputra, Agung D, dkk. 2021. Pengembangan Aplikasi Klinik Kecantikan sebagai Pengelola Transaksi berbasis Android menggunakan Metode Prototype (Studi Kasus: Klinik Kecantikan CV Nana Beautyskin). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. ISSN: 2548-964X, Vol. 5, No. 8, Hal. 3591-3599.

Putri, Annisa A. 2023. Sistem Rekomendasi *Skincare* dengan Metode *Keyword Extraction* dan *Cosine Similarity*. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.

Winarko, Triyugo & Vivi Eryani. 2024. Pemasaran Produk Kecantikan LC Beauty KF *Skincare* Berbasis Web. Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi (SEMNAS RISTEK) 2024. p-ISSN:2527-5321, e-ISSN:2527-5941.

Fitriyani. 2019. Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Kosmetik pada MyShop Berbasis *Website*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika STIKOM.