

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla Rahmani, M., Widodo, A., & Silvianita, A. (2024). MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LOKAL DENGAN ULASAN ONLINE: KERANGKA KONSEPTUAL. JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT). . JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT), 11(1), 1184-1194.
- Albers, A., Heimicke, J., Walter, B., Basedow, G. N., Reiß, N., Heitger, N., . . . Bursac, N. (2018). Product Profiles: Modelling customer benefits as a foundation to bring inventions to innovations. *ScienceDirect*, 2212-8271. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2018.02.044>
- Andini, I. (2025). *Tren di E-commerce 2024: Siapa yang Memimpin Pasar? Parfum & Wewangian Makin Laris, Penjualan Meningkat Rp1,4 Triliun!* Diambil kembali dari Kompas.co.id: <https://kompas.co.id/article/tren-di-e-commerce-2024/>
- Andini, N. S. (2024). *Analisis Tren Penjualan Beauty Care pada Kategori Paket Kecantikan Periode Q1 2024*. Diambil kembali dari Kompas.co.id: <https://kompas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- APJII. (2025). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - Survei*. Diambil kembali dari Survei APJII: <https://survei.apjii.or.id>
- Fill, C., & Turnbull, S. (2023). *Marketing communications Fame, Influencers and Agility (9th ed.)*. Pearson.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.

- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., . . . Permana, A. A. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Ilhamsyah. (2020). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. CV ANDI OFFSET.
- indonesia.go.id. (2024, July 10). *indonesia.go.id*. Diambil kembali dari Potensi Besar Parfum Lokal Indonesia: Inovasi Jenama Lokal dan Dominasi Pasar Global: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8379/potensi-besar-parfum-lokal-indonesia-inovasi-jenama-lokal-dan-dominasi-pasar-global>
- Itamar, S., Utomo, T. P., Fadhallah, E. G., & Rasyid, H. A. (2023). FORMULATION OF CLOVE (*Oleum syzygium aromaticum*) ESSENTIAL OIL IN THE EAU DE PARFUME PRODUCTION. *Jurnal Balitbangda*, 11(2), 211.226.
- Kusumaningtiyas, Z. E., Agustina, N. S., & Yuliastanti, R. (2025). Analisis Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada UMKM Demanda Parfum Surabaya. *Journal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 3(1), 184-192. <https://doi.org/doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i1.3016>
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 2709-0876. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PREBADANEDIA GROUP.
- Nursyahbani, I., & Widuhung, S. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Activities dan E-Wommelalui Brand Awareness terhadap Purchase Intention Produk Parfum HMNS. *Jurnal Cendikia Ilmiah*, 3(6), 7331.
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di

- Jakarta. *Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 294-306.
<https://doi.org/doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1322>
- Pradika, M. F., & Sumardijati. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 5(4), 128070-12820.
- Ramadhani, C., Harahap, B., Syahputra, D., Singarimbun, R. N., & Haqi, B. (2024). Analisis Teknik Pengambilan Vidio Cinematic dan Proses Editing Menggunakan Filmora Pada Organisasi Pramuka SMAN 14 Medan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 2797-3298. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13835>
- Rastianto, B. (2024, Agustus 26). *Industri Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen, Peluang IKM Berinovasi*. Diambil kembali dari Radarnesia.com: <https://radarnesia.com/industri-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi/>
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK. *Transekonomika Akuntansi Bisnis dan Keuangan*, 131-140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Siswanto, A. H., & Haniza, N. (2021). *PERIKLANAN Konsep dan Teori*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta.
- Sulianta, F. (2024). *Panduan Praktis Copywriting untuk digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Swanson, K. K., & Everett, J. C. (2016). Promotion In The Merchandising Environment. *Blommsbury*. <https://doi.org/10.5040/9781501311246>
- Wardhana, A. (2023). *Brand Management in the Digital Era - Edisi Indonesia*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.