

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2020). Storytelling Sebagai Strategi Bisnis Sosial Start-Up Ojek Syar'i Berbasis Aplikasi di Surabaya. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 448-460.
- Chesna F. Anwar. (2022). Komitmen LPEI Dukung Potensi Minyak Atsiri Indonesia Lebih Mendunia. ([https://www.indonesiaeximbank.go.id/news/detail/komitmen-lpei-dukung-potensi-minyak-atsiri-indonesia-lebih-mendunia#:~:text=Jakarta%20%2030%20September%202022%20%E2%80%93%20Indonesia,\(USD215%20juta\), diakses 29 November 2023](https://www.indonesiaeximbank.go.id/news/detail/komitmen-lpei-dukung-potensi-minyak-atsiri-indonesia-lebih-mendunia#:~:text=Jakarta%20%2030%20September%202022%20%E2%80%93%20Indonesia,(USD215%20juta), diakses 29 November 2023))
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).
- Dian, M. (2023). Bikin Bangga, ini 9 *Perfume* Lokal yang Kini Sudah Masuk di Halaman *Fragrantica*. (<https://journal.sociolla.com/beauty/brand-perfume-lokal-masuk-fragrantica-2023>, diakses 29 November 2023)
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2016). Pengaruh Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *EBBANK*, 6(2), 33-54.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of research in interactive marketing*, 8(4), 269-293.
- Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi *Online* NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 69-84.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.

- Lestari, S. P. (2016). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(2).
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh content *marketing* dan *event marketing* terhadap *customer engagement* dengan sosial media *marketing* sebagai variabel moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, *Positioning* (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27-34.
- Media Indonesia. (2023). *Brand Perfume* Lokal Catatkan Penjualan yang Semakin Tinggi di 2023. (<https://mediaindonesia.com/ekonomi/555921/brand-perfume-lokal-catatkan-penjualan-yang-semakin-tinggi-di-2023>, diakses 29 November 2023)
- Morrisan, M. A. (2015). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Kencana.
- Mustajab, Ridhwan. (2023). Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022. (<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>, diakses 29 November 2023)
- Pangestu, Wahyu Adji (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU COMPASS. Repository UPN Veteran Jawa Timur. <https://repository.upnjatim.ac.id/3008/>
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online@ deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12-18.
- Pratama, A. N. 2018. Hari ini dalam sejarah: aplikasi Instagram dirilis... (<https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis?page=all>, diakses 29 November 2023)
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Ramadhani, F. (2021). Top 10 *Perfume* Terlaris di Shopee dan Tokopedia Periode 1-15 Agustus 2021: *Brand* Lokal Semakin Sukses! (<https://compas.co.id/article/daftar-perfume-terlaris/>, diakses 29 November 2023)
- Rum, A. A. G. B. S. (2022). Strategi Pemasaran Menggunakan Website Sebagai Media Komunikasi Bisnis Berbasis Teknologi pada Pets Kita.

- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian Literatur Peran *Integrated Marketing Communication (IMC)* dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259-267.
- Seta, P. M. (2014). Strategi Komunikasi PT. Kaha *Event Management* dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.
- Sholikhah, L. M. (2021). Analisis strategi komunikasi pemasaran berbasis media sosial lini bisnis Ternakmart pada startup Ternaknesia di masa pandemi Covid-19. *The Commercium*, 4(02), 132-145.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekeexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279-292.
- Stephanie, G., Indrayani, I. I., & Yogatama, A. (2023). Efektivitas Iklan Produk Kecantikan Kolaborasi Jacqueline dengan Spy x Family pada Media Sosial Instagram@ jacquelle_official. *Jurnal e-Komunikasi*, 11(1).
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan keagamaan*. Nilacakra.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan pola penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 61-84.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Walfajri, M. (2021). Bernilai ekspor US\$ 83,9 juta, Eximbank dorong UMKM ekspor minyak atsiri. (<https://keuangan.kontan.co.id/news/bernilai-ekspor-us-839-juta-eximbank-dorongumkm-ekspor-minyakatsiri#:~:text=Agus%20Windiarto%2C%20Direktur%20Pelaksana%20yang,yang%20meroket%20pada%20masa%20pandemi>, diakses 29 November 2023)
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital@ right. *store* melalui Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73-84.

Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan. *Lentera*, 17(1).

Winarni, E. W. (2021). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif, kualitatif, PTK, R & D*. Bumi Aksara.