

DAFTAR PUSTAKA

- Febriani, D., Susanta Nugraha, H., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). PENGARUH HARGA DAN BRAND HERITAGE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL MELVA BALEMONG AND RESORT. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Hernawo, T. (2025). Komodifikasi dan Budaya Partisipatif Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran Produk Skincare di Aplikasi TikTok. *Jurnal CommLine*, 10(2), 138–146.
- Komalasari, P., & Alfando W.S, J. (2023). INTERAKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KAHE.ID DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1365–1379. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.332>
- Larasati, N. L. S. A. D., & Handayani, W. (2025). Penguatan Citra Brand Kosmetik Lokal dalam Menjangkau Konsumen Muda Secara Digital. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2), 481–493. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i2.2629>
- Madichie, N. O. (2009). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (8th ed.). In *Management Decision* (Vol. 47, Issue 5, pp. 845–848). <https://doi.org/10.1108/00251740910960169>
- Nurizal, H., Wahyudin, U., & Rahmat, A. (2023). Integrated marketing communication of Batik Jambi Berkah to sustain the new normal era. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 8(1), 100–116. <https://doi.org/10.24198/jmk.v8i1.46882>
- Rustandi, T. (2023). Enrichment: Journal of Management The impact of social media marketing on instagram for cosmetic brands in Indonesia. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 4).

- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (n.d.). *Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen*.
- Saputra, H., Kardinal, & Artina, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Konsumen, Iklan, Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Di Kota Palembang*.
- Saputra, R. C., & Prathisara, G. (2025). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Di Era Digital Pada Akun Instagram @thriftworld_Store. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 172–180. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2683>
- Setianingrum, H. (2024). Manajemen Pemasaran Di Era Digital : Tantangan Dan Harapan. *Journal Of Social Science Research*, 4(6).
- Wardatus Shalihah, O., Irvie Aranda Alben Susanto, A., Permana, E., Pancasila, U., & Selatan, J. (2025). STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK MAKE-UP WARDAH PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL. *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(11).