

## BIBLIOGRAPHY

- Annisa Nabilah, Wisnu Cahyo Prabowo, H. K. at al. (2024). Proceeding of Mulawarman Pharmaceuticals Conferences. *Proceeding of Mulawarman Pharmaceuticals Conferences, April* 2021, 135–138.  
<http://prosiding.farmasi.unmul.ac.id/index.php/mpc/article/view/416/399>
- Ayu. 2024. Kesehatan Rambut dan Kecantikan: Mengatasi Masalah Rambut Dengan Pendekatan Ilmiah
- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784.  
<https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Brand, M., & Conversion, A. D. A. N. (n.d.). *Marketing\_Campaign\_Calendar-V1*.
- Dahlizar, S., Novitri, S. A., Betha, O. S., Kurniasih, P., & Suryani, N. (2023). Kosmetik Rambut menurut Ibn Sina dalam Al-Qanun fi'l-Tibb II; Komponen Kimia dan aktivitasnya - Review. *Jurnal Sains Farmasi & Klinis*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.25077/jsfk.10.1.1-9.2023>
- Duku, S. (2015). Mengenal kampanye komunikasi. *Jurnal Raden Falah*, 14(1), 71–85.
- Eny Widhia Agustin, Ifa Nurhayati, Desia Nova Tiara, Intan Amalya Putri, Wanda Zefanya Maharani, Nadhiefa Dhiyaa Rizqy Zulfia, & Dini Wulandari. (2024). Studi Literatur Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Kepala dan Rambut Berdasarkan Tingkat Kerusakannya Akibat Proses Styling. *Corona: Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikolog, Keperawatan Dan Kebidanan*, 2(4), 309–314. <https://doi.org/10.61132/corona.v2i4.914>
- Fariastuti, I., & Mukka, P. (2020). Kampanye Public Relations. *Universitas Mercubuana Yogyakarta*, 3(2), 1–27.
- Gina Aulia Hartono, Grace Tanti Margaretha, Nia Fitra Ramadhani, Muhammad Aqmar Asy'ari, I Made Surya Dharmawan, Heri Nur cahyo, & Daffa Kurnia Fadhillah Prayitno. (2024). Pengaruh Sodium Lauril Sulfat Pada Kemaksimalan cara membersihkan suatu Sampo anti ketombe dan Sabun Badan. *Jurnal Analis*, 3(1), 57–065.  
<http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/Analis>

- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Haryanto, B. (n.d.). *URGENSI KUALITAS DAN CITRA PERGURUAN TINGGI TERHADAP KEBERLANGSUNGANNYA* Tri Daryanto, SE. MM. 1 Program Studi Teknologi Pengecoran, *Politeknik Manufaktur Ceper*. 11(2010), 65–82.
- Intan, T. (2021). Rambut Perempuan Dan Mitos Kecantikan Dalam Metropop Hair-Quake Karya Mariskova. *Humanika*, 28(2), 67–81.  
<https://doi.org/10.14710/humanika.v28i2.38908>
- Kecamatan, M., Gembong, M., Bekasi, K., Barat, J., Herawati, D. E., Yulia, M. S. E., Ak, S., Atmanto, D., & Farah, M. S. (n.d.). *PEMBELAJARAN GIZI KECANTIKAN RAMBUT PADA SNPPM2024P-14*. 14–22.
- Khamitov, M., Rajavi, K., Huang, D. W., & Hong, Y. (2024). Brand Trust. In *Elgar Encyclopedia of Consumer Behavior* (Issue September).  
<https://doi.org/10.4337/9781803926278.ch18>
- Kumalasari, T. P., & Moniaga, C. S. (2024). Hubungan Persepsi Stres dengan Kerontokan Rambut pada Mahasiswa Tingkat Pertama di Fakultas Kedokteran Universitas Tarumanagara. *Jurnal Sehat Indonesia (JUSINDO)*, 7(01), 145–155.  
<https://doi.org/10.59141/jsi.v7i01.173>
- L. S. Marhaeni. (2020). The Potential of Aloe Vera (Aloe vera Linn) as Medicine and a Food Source. *AGRISIA-Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 1(13), 32–39.
- Lantana, D., & Fauziah. (2025). *Design Thinking dan Inovasi*.
- Larson, T., & Potter, J. (1995). Integrated Marketing Communication Management: *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 3(2), 23–36.  
[https://doi.org/10.1300/j054v03n02\\_03](https://doi.org/10.1300/j054v03n02_03)
- Masyithoh, puji larsati, D., Vera, A., Pertumbuhan, L. T., & Rambut, S. E. L. (2019). Perbandingan Efektifitas Ekstrak Gel Lidah Buaya (Aloe Vera L.) Terhadap Pertumbuhan Sel Rambut. *Diponegoro Medical Journal (Jurnal Kedokteran Diponegoro)*, 8(4), 1263–1269.
- Mencit, L. S. (2023). *Fakumi medical journal*. 3(11).

- Metodologi, T. P., Iii, G., Iii, G., Instrumen, L., Itb, A., & Tga, A. (2023). *Bab Iii Metodologi Desain*. 53–62.
- Novita Yusuf, R., Fransica, D., & Niken. (2021). Jurnal Abdimas Saintika PEMANFAATAN ALOE VERA SEBAGAI BAHAN SABUN BATANG ALAMI. *Jurnal Abdimas Saintika*, 3, 72–72. <https://jurnal.syedzasaintika.ac.id>
- Nurhayati, I., Maghfiroh, A., & Widaningsih, W. (2025). Studi Literatur Pengaruh Teknik Pengangkatan Pada Semua Pola Pangkas Rambut. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 548–555.
- Perancangan strategi kreatif pada kampanye komersial catering sehat dietplus di bandung*. (2022). 2022.
- Pratama, N. W. A. (2022). STRATEGI KAMPANYE KOMERSIAL MCDONALD ' S DALAM KEMASAN BTS MEAL Pendahuluan Penjualan daring paket makanan cepat saji kolaborasi McDonald ' s bersama boyband Korea Selatan BTS pada 9 Juni 2021 mendapat perhatian dari media elektronik nasional maupun inter. *Jurnal Senirupa Warna*, 10(1), 38–51.
- Prayogo, D. D., Meisya Nur Habibah, M. Rofiqi Azmi, Putri Annisa Dewi Maharani, Dhea Febriyanti Permatasari, Ulinnuha Akbar, Hansel Alexander, Khonsa Nabilah, Adisti Ratna Sari, Novreza Avistha Nugroho, Debby Puspitaningrum, Galuh Candra Wijayanti, & Gusti Noorrizka Veronika Achmad. (2024). Profil Pengetahuan, Ketepatan Tindakan, dan Pemilihan Produk dalam Mengatasi Ketombe pada Mahasiswi Berhijab di Universitas Airlangga. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 11(1), 1–7. <https://doi.org/10.20473/jfk.v11i1.52621>
- Purba, R. R., & Wati, F. (2021). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Shampo Clear (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 100–109. <https://doi.org/10.37329/metta.v1i3.1501>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen*.
- Rantika, N. (2017). Mengenal Produk Perawatan Rambut yang Baik. *Farmasetika.Com (Online)*, 2(4), 4. <https://doi.org/10.24198/farmasetika.v2i4.15892>

- Rosshelia, B., Putri, A. A., Panggabean, D. N., Akhyar, S. A., Radian, J. E. P., Setianingrum, Yunida, R. N., Agustin, E. W., & Afifah, I. I. (2025). Analisis Literatur : Efektivitas Bahan Aktif Berbasis Herbal Pada Hair Tonic untuk Perawatan Rambut Rontok. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(3), 213–224. <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i3.912>
- Safitri, E., Lina Auliana, Iwan Sukoco, & Cecep Safaatul Barkah. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259–267. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art6>
- Salsabil, H., Ravenska, N., Taufik, N. I., & Wijayanti, R. (2023). Meningkatkan Brand Awareness Pada Perusahaan Haircare Dengan Menggunakan Rancangan Brand Strategy Canvas. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 7.0*, 105–114.
- Syalsabila, T., Purnama Sari, I., Miga Dewi, S., Pariwisata dan Perhotelan, F., Tata Rias dan Kecantikan, P., Kampus, A., jalan DrHamka, jl, Tawar Padang, A., & Barat, S. (2024). Hubungan terhadap Kondisi Rambut Mahasiswi Departement Tata Rias dan Kecantikan di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pariwisata Indonesia (Tamasya)*, 1, 17–24.
- Tritania Audrey Zaradiya. (1905). jtr,+2.+A.+Zaradiya+A.+Tritania\_19050634046+(88-94). *Analisis Penggunaan Jilbab Dan Perawatan Rambut Terhadap Kesehatan Kulit Kepala Dan Rambut Pada Mahasiswi Berjilbab*, 12, 88–94.
- Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye (Panduan Teoretis dan Praktis Dalam Mengefektifkan kampanye Komunikasi Publik). *Panduan Teoretis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*, 1–349.
- Widati, E. (n.d.). *Tourism Marketing*.