

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bogdan dan Taylor. (2012). *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan. Kualitatif. (him. 4)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. (2012). “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Bandung: CV Alfabeta. Kotler dan Keller, 2012.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- George, Ritzer. (2010). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda, Terjemahan Alimandan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Perkasa
- Kaplan, Andres., and HaenLein, Michael. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Annur, C. M. (2020). *TikTok Telah Diunduh Lebih dari 2 Miliar Kali di Dunia*.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19*. Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2).

Skripsi

- Dasuki, I., & Wahid, U. 2020. Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54.
- Melani, A., Hasibuan, E. Y., & Suharyanto, A. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran@Lapo Mandailing Coffee Pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(1), 13-19.
- Rizani, A. 2020. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV. MITRA AROMA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Nurul, R. N. K., & Afrilia, A. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 97-103.
- Afrilia, A. M. 2018. Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157.
- Andika, A., & Susanti, F. 2018. Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 23-38.

Internet

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/30/pengguna-aktif-bulanan-tiktok-tembus-15-miliar-pada-kuartal-iii-2022>

[https://muri.org/Website/Rekor detail/penjualan parfum terbanyak secara darin g dalam waktu 30 menit](https://muri.org/Website/Rekor%20detail/penjualan%20parfum%20terbanyak%20secara%20darin%20g%20dalam%20waktu%2030%20menit)

<https://journal.sociolla.com/beauty/rekomendasi-parfum-lokal-harga-terjangkau>

