

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru) Oleh. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 1–15.
- Afifah, M. N. (2022). 16 Kosmetik Berbahaya yang Dilarang BPOM. *Kompas.Com*.  
<https://health.kompas.com/read/2022/10/15/180100568/16-kosmetik-berbahaya-yang-dilarang-bpom-2022>
- Belinda, B. C. (2022). *Persepsi Dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid Dan Gaya Fesyen Androgini*. 5(2).
- Budiansyah, A. (2020). *Deretan Fitur Tik-Tok Yang Wajib Kamu Coba, Simak Nih!*  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fitur-tiktok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firmansyah, M, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Heryana, A. (2018). *Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Husna, A. L. (2018). *Dampak Tayangan Televisi Pada Siswa Mi Hidayatul Mubtadiin Wates Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung*. 61–81.  
<http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/7878>
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*.  
<https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management : Global Edition (15th Editi)*.
- Lintang, E. (2022). *Cerita Michella Ham tentang Perjalanan Brand Lokal Skin Game hingga Tren Skin Care 2022*. BeautyJournal.Id.  
<https://doi.org/https://journal.sociolla.com/beauty/michella-ham-skin-game>
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.

- Moleong, P. D. L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Novalia, Syifa, A., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada PT. Es Teh Indonesia)*. 6(November), 6. <https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1612>
- Nugrahani, D. F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan sistematis studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119–129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Oktiani, A., Khadafi, R., Ekonomi, F., Moch, U., Jember, S., Com, A., & Id, K. C. (2018). the Effect of Brand Awareness, Brand Image and Word of Mouth on Brand Trust and Establishment of Brand Loyalty in C'Bezt Friedchiken Customers, Sub District Genteng, Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282.
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Putri, A. A., Windrahayu, G., & Universitas, F. H. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Label Halal Bahaa Indonesia. *Jurnal Kertha Desa*, 8(7), 1–11.
- Rumapea, N., & Putra, A. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Brand Awareness Avoskin di Kalangan Mahasiswa Telkom University*. 1–11.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan

- Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(April), 55–64.
- Setyowati, Y. (2020). Analisis Peran Religiusitas dalam Peningkatan Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus pada Rumah Zakat Jakarta Timur). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. [www.baznas.go.id](http://www.baznas.go.id)
- Stevani, T. A. (2019). *Tahap pengambilan keputusan konsumsi pelancar haid pada mahasiswi yang aktif berhubungan seksual*.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono. (2017). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Tri, G., & Lestari, D. S. F. A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dsporaparbud Kabupaten Purwakarta Melalui Media Aplikasi Sampurasun Dalam Mempromosikan Pariwisata. *Jurnal LINIMASA*, 3(1), 13–18. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2056/1089>
- Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 129–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.85>