

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q. (2020). Sistem pendukung keputusan pemilihan parfum perempuan dengan analytical hierrachy process. *JURSISTEKNI (Jurnal Sist. Inf. dan Teknol. Informasi)*, 2(2), 1-13.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang.
- Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2022). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang.
- Azel, F. E., & Kusdiby, L. (2022). Analisis Persepsi Uses and Gratification Theory dan Minat Beli: Studi Kasus Parfum Brand Lokal di Indonesia. Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar.
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019). Komunikasi Pemasaran dalam membangun brand awareness (studi kasus Partipost). *Prologia*, 3(1), 9-16.
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & Wineh, S. (2022). Peningkatan penjualan produk UMKM masa pandemi Covid-19 melalui pelatihan digital marketing dengan graphic designer software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 643-653.
- Fahri Zulfikar, Ini Sejarah Parfum Pertama di Dunia, Seperti Apa Arimanya?, Diakses pada 21 September 2023 pukul 00.25 WIB, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6824855/ini-sejarah-parfum-pertama-di-dunia-seperti-apa-aromanya>
- Fauziah, Widya Nur, & Lia Siti Julaeha. (2022). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Pembelian Impulsif yang Dimediasi Emosi Positif (Studi Kasus Instagram @superjunior\_elfindonesia). (*Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*), Vol. 8, NO. 7.
- Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *MEDSOS di Antara Dua Kutub Sisi Baiknya Luar Biasa, Sisi Buruknya Bisa Membuat Binasa*. Jakarta Timur: RAYYANA Komunikasindo.

Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). Pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17-35.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Oriflame>. Diakses pada 02 April 2024 pukul 11.10 WIB.

<https://www.innisfree.com/>. Diakses pada 25 April pukul 11.00 WIB.

<https://www.thebodyshop.co.id/about-us>. Diakses pada 02 April 2024 pukul 10.16 WIB.

Indrawan, A., Triyadi, A., & Adityawan, O. PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KOFFIE PRABU SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOPI GULA AREN. 5(2), 72-83.

Kotler, P. (1980). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

Kumparan.com, Sejarah Penemuan Parfum di Dunia, Diakses pada 21 September 2023 pukul 01.17 WIB, <https://kumparan.com/potongan-nostalgia/sejarah-penemuan-parfum-di-dunia>

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.

Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mujahid, M., Safar, I., & Rantalemba, W. (2020). Peran Komunikasi Verbal dan Non Verbal Sales Promotion Girl Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Sinar Manajemen*, 7(1), 1-6.

Novita, Miya. (2019). Mengungkap Keberhasilan Strategi Pemasaran Toko Parfume Refil Lancar Abadi. Semarang. Universitas Semarang.

- Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*.
- Rahmayanti, D., Meilani, D., Zadry, H. R., & Saputra, D. A. (2018). *Perancangan produk & aplikasinya*. Lembaga Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (LPTIK) Universitas Andalas.
- Ramadhina, Allya., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Varian Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1).
- Rosner, M. K., & K, S. A. (2006). *Desain Kemasan Perancangan Merk Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sahara, S. F., & Arief, A. M. R. (2017). *Pelaksanaan promosi melalui media cetak brosur pada obyek wisata Balai Kerapatan Tinggi Kabupaten Siak* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sutarwiyasa, I. K., Putra, I. N. A. S., & Kusuma, A. S. (2022). The Impact of Digital Technology on Graphic Designer Profession. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 459-464.
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan eksistensi media cetak di tengah gempuran media online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 56-64.
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan strategi digital marketing communication bagi industri perhotelan dalam menjawab tantangan era Posmodern. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 051-064.

Triyadi, A. (2021). Desain Kemasan Bolu Susu Lembang Sebagai Upaya Meningkatkan Promosi Kuliner Bandung. *Wacadesain*, 2(1), 16-25.