

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah Suharto, Ute Chairuz, M. Nasution, & Mulyati, D. J. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Girl Group Red Velvet, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Customer Produk Azarine Di Kota Surabaya. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 04(02), 53–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.69957/grjb.v4i02.1683>
- Alvyani, A., & Sumardjono. (2026). *Pengaruh Brand Awareness dan Influencer Marketing Terhadap Purchase Intention Parfum Scarlett pada Generasi Z di Tiktok*. 02(01), 66–76. <https://doi.org/10.33062/jkf.v2i1.73>
- APJII. (2026). Profil Internet Indonesia 2026. *SRA Consulting*, June.
- Arista, D. E., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset*, 13(1), 37–45.
- Ariyanti, A., Darmanto, R. F., Produk, K., Halal, L., & Beli, M. (2020). Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(02), 143–154.
- Cabia, M. A., & Yuliawan, E. (2025). FOMO , Kesadaran Merek , dan Minat Membeli Konsumen : Bukti dari Pasar Parfum Niche Kota Metropolitan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(2), 15–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.33558/optimal.v19i02.11729>
- Calista, A., Evyanto, W., Manajemen, P. S., Batam, U. P., Manajemen, P. S., & Batam, U. P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness, dan Brand Image terhadap Minat Beli pada Produk Somethinc di Kota Batam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i4.10130>
- Dewi, Kusuma, A. N., Herman, & Hastikasari, I. (2021). Analisis Implementasi Visual Storytelling Marketing Dan Brand Trust Serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Di Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 108–116. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.242>
- Fianto, A. Y. A., Widyantera, H., & Baskara, D. B. (2022). Analisis Mediasi Brand Awareness dan Brand Trust dalam Hubungan Emotional Marketing dengan Purchase Intention. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 47. <https://doi.org/10.32503/jmk.v7i2.2348>
- Keller, K. L. (2018). Strategic Brand Management. In *Strategic Brand Management*. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (3rd ed.). Pearson Education Limited Edinburgh.

- Limanseto, H. (2025). *Pemerintah Dukung Penguatan Ekosistem Industri Kecantikan*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6712/tumbuh-double-digit-pemerintah-dukung-penguatan-ekosistem-industri-kecantikan>
- Mandalika. (2026). *Tren Market Parfum Tahun 2025*. <https://mandalikaperfume.co.id/tren-market-parfum-tahun-2025/>
- Margiantoro, F. N., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2024). Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Es Krim Mixue Di Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri IMPLEMENTASI*, 411–425.
- Nabilahjaya, A. R., Oktini, D. R., Estri, S. A., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Islam, U. (2024). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Make Over (Survey Pada Followers Instagram Make Over Kota Bandung). *In Bandung Conference Series: Business and Management*, 4, 607–613. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.11471>
- Puspita, D. I. gusti A. D., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 178. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32275>
- Putri, D. M., & Susanti, A. (2023). Jurnal riset ilmu ekonomi. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(1), 23–35.
- Reta, M. C., & Saputro, E. P. (2024). *The Influence of Digital Marketing, Online Trust and Brand Image on Purchase Intention of Scarlett Whitening Products among Students of Surakarta Muhammadiyah University*. 7(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.51804/econ12.v7i1.1-15>
- Rika hasanah, & Siti maryam. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Intensi Pembelian Produk Kecantikan Emina. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(1), 29–38. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v3i1.2643>
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page Ltd.
- Saumi, A. N., Sutrisna, E., & Mandataris. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap*. 8(2). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.1610>
- Sugiyono, P. D. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Editor & M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (eds.); 2nd ed.). ALFABETA, cv I.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan*

Akuntansi), 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>

- Uliya, F., Wahono, B., & Bastomi, M. (2020). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Marketing Communication terhadap Minat Beli Produk Herborist Juice For Skin (Studi Kasus Generasi Z Kota Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Yosefine, C. H. B. (2023). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanegara*. 05(02), 277–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23395>