

## DAFTAR PUSTAKA

- Aristo, S. F. 2016. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Woles Chips*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. 1 (4): 441- 447
- Brutton, G.D., Ahlstrom, D dan Johnny. 2003. Turnaround in East Asian Firms : Evidence from FECC. *Strategic Management Journal*. 24. 519-540
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative and Quantitative approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. C. (2018). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfa, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G. dan Lumanga, C. Z. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Alfabeta. Bandung.
- Ginting, Z., Ishak. dan Ilyas, M. 2021. Analisa Kandungan Patchouli Alcohol dalam Formulasi Sediaan Minyak Nilam Aceh Utara (*Pogostemon Cablin Benth*) Sebagai Zat Pengikat pada Parfum (Eau De Toilette). *Jurnal Teknologi Kimia Unimal*. 10 (1) :12-23.
- Hajiah, M., Diningrum, G., Gunawan, H. S., Nurlita, R dan Noviana, S. 2021. Pembuatan Minyak Wangi Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kelurahan Ciater pada Masa Pandemic. *Dedikasi*. 1 (1) : 74-82
- Halim, N. R. dan Iskandar, D. A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*. 4 (3) : 415-424
- Harini, C. dan Yulianeu. 2018. Strategi Penetrasi Pasar UMKM Kota Semarang Menghadapi Era Pasar Global MEA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 21 (2): 361-381
- Harisuddin dan Hartono, D. 2019. *Financial Deeping Impacts on Regional*

*Economic Growth. Jurnal Ilmu Ekonomi.* 8 (1) : 23-36

- Herring, S. (1996). *Computer Mediated Communication*. Google Books.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Computer\\_Mediated\\_Communication/W3IajVswsK0C?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Computer_Mediated_Communication/W3IajVswsK0C?hl=en&gbpv=0)
- Hunter, M. 2009. *Essential Oils Art, Agriculture, Science, Industry, and Entrepreneurship (A Focus on the Asia-Pacific region)*. Nova Science Publisher, Inc. New York (USA).
- Jamaludin, A., Arifin, Z. dan Hidayat, K. 2015. sPengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 21 (1) : 1-8
- Keller, Kevin. L. (2016). *Unlocking the Power of Integrated Marketing Communications: How Integrated Is Your IMC Program?* *Journal of Advertising*, 45(3), 286–301.  
<https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1204967>
- Kotler, Philip & Armstrong, Gery. (2001). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Buku I, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Khan, A. S. 2017. *Flowering Plants : Structure and Industrial Products*. John Wiley & Sons Ltd. West Sussex (UK).
- Lindqvist, A. 2012. *How is Commercial Gender Categorization of Perfumes Related to Consumers Preference of Fragranc in International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science. Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier Ltd : 370-3
- Purba, R. P. E. C. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) Di Nimco Indonesia*. (Skripsi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta
- Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perindustrian. 2015. *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Jakarta
- Rangkuti, R. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Gramedia pustaka utama. Jakarta.

Qanita, A. 2020. Analisis Strategi dengan Metode Swot dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*): Studi Kasus pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 1 (2) : 11-24.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet

Yun, Y., dan Nurmansyah, A. A. H. 2020. Keunggulan Bersaing Produk Parfum yang Dipengaruhi Oleh Rantai Nilai Melalui Koordinasi Rantai Pasokan Parfum di Kota Cimahi. *Inovasi*. 16 (2) : 362-

