

DAFTAR PUSAKA

- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *INA-Rxiv*, 1–12.
- Faizah, N. H. (2019). Ukm Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi. *Upajiwa Dewantara*, 3(2), 127–135. <https://doi.org/10.26460/mmud.v3i2.4378>
- Jailani, D. P., & Patrie, H. (2019). Analisa dan Rancangan Sistem Informasi Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada Toko Seruni Parfum. *Jurnal IDEALIS*, 2(5), 98–105.
- Hidayat, U., Helilintar, R., & ... (2022). Rekomendasi Restock Parfum Menggunakan Metode K-Means. *Prosiding SEMNAS ...*, 188–193. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/inotek/article/view/2582>
- Louisabethania, A. (2022). Fungsi Wacana Argumentatif dalam Perdebatan Parfum Uniseks. *Deskripsi Bahasa*, 5(1), 25–32. <https://doi.org/10.22146/db.v5i1.5720>
- Sutanto, J. (2022). *Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Penggunaan Dalam Iklan Promosi Untuk Memasarkan Parfum Beraroma Serupa*.
- Suhartini, Y. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta. *Jurnal Akmenika*, Vol 18(2), hlm 1-9.
- Indarto, & Djoko, S., 2020, Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54–69.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Sari, R. M. (2020). kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 5(2004), 6–25.
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>

- Ibrahim, N. S., Murni, S., Ogi, I. W. J., Swot, A., Meningkatkan, D., Produk, P., Di, R., Ibrahim, N. S., Murni, S., & Ogi, I. W. J. (2022). *MATAHARI MANADO TOWN SQUARE SWOT ANALYSIS IN INCREASING REVLON PRODUCT SALES IN THE MATAHARI Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 , Oktober 2022 . Hal . 267-274. 10(4), 267–275.*
- Andika, I. L. N. S. (2020). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Penggunaan Media. 10(3), 254–259.*
- Ratih, Marlan, & Deni Alfiansyah. (2020). Strategi Dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Parfum Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Media Ilmu, 1(1), 49–57.*
- Diandra, Ki. (2019). 298-Article Text-2505-2-10-20230225. *Jurnal Tepat , 5(2), 296–309.*
- Hasan. (2020). Analisis Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk Parfum pada Azwa Perfume Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 14(1), 1–6.*
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 8.* <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>