

DAFTAR PUSTAKA

- Adev, P. T. (2025). Daftar perusahaan parfum di Indonesia.
- Anggraini, M. P., Hadita, H., & Winarso, W. (2025). Pengaruh content marketing dan live streaming terhadap impulsive buying produk fashion dengan mediasi brand ambassador melalui aplikasi TikTok pada Generasi Z. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 1222–1234.
- APJII. (2025). Profil Internet Indonesia 2025. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2026). Survei Profil Internet Indonesia 2026. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Compas Market Insight. (2025). Tren di e-commerce 2024: Siapa yang memimpin pasar?
- Compas.co.id. (2026). Laporan pangsa pasar parfum Q1 2026.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (International student ed., 5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- DataReportal. (2026). Digital 2026: Indonesia. Kepios Analysis; We Are Social; Meltwater. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Eprints Undip. (2024). Gambaran umum perusahaan Mykonos: Profil, visi, misi, dan produk. Universitas Diponegoro.
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1). Unitomo.

- Fatmawati, A., Alfi Febriana, A., Tutut, & Indah, T. (2026). Analisis resepsi video trial haul dan unboxing Bobacot terhadap representasi kepercayaan dan daya tarik konsumen. *Jurnal Komunitas*, 12(1), 45–54.
- Fitria, L., Indayani, L., & Sukmono, R. A. (2024). Live streaming, electronic word of mouth, and brand trust on consumer purchase decisions at perfume Mykonos. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1480–1494.
- Fragrantica. (2025). Inception by Mykonos. Diakses dari <https://www.fragrantica.com/perfume/Mykonos/Inception-121107.html>
- GoodStats Data. (2025). Indonesia masuk jajaran pengguna YouTube terbanyak di dunia 2025. Diakses dari <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz>
- GoodStats Data. (2026). Penetrasi internet Indonesia menurut generasi 2025, Milenial dan Gen Z terdepan. Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-menurut-generasi-2025-milenial-dan-gen-z-terdepan-jw8fn>
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., Dewi, P. M., Asroni, A., Yunesman, & Merjani, A. (2025). Metode penelitian kualitatif. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Hinduan, Z. R., Anggraeni, A., & Agia, M. U. (2020). Generation Z in Indonesia: The self-driven digital. Dalam T. Gentina & E. Parry (Eds.), *The new Generation Z in Asia: Dynamics, differences, digitalisation*. Emerald Publishing Limited.
- IDN Times. (2025). Profil Mykonos, parfum lokal yang kolaborasi dengan RRQ dan AlterEgo.
- IML Testing & Research. (2025). Parfum lokal makin diminati: Uji apa saja yang wajib dilakukan?

- Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekraf. (2025). Laporan kontribusi PDB sektor ekonomi kreatif 2024.
- Kompas.id. (2025, 28 Agustus). Pengguna medsos di Indonesia didominasi Gen Z. Diakses dari <https://www.kompas.id/artikel/en-pengguna-medsos-di-indonesia-didominasi-gen-z>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kusuma, I. G. W. A., Endayani, F., & Khourouh, U. (2024). Social media marketing impact on Gen Z's brand engagement, awareness and image. *Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 480–490.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mykonos Official. (2024). About Mykonos. Diakses dari <https://officialmykonos.com>
- Mykonos Official. (2025). Inception Extrait de Parfum 50ml & 100ml. Diakses dari <https://officialmykonos.com/products/mykonos-inception-extrait-de-parfum-50ml>
- Nisa, K. (2022). Persepsi masyarakat terhadap komunikasi pemasaran brand lokal di media sosial.
- Nurfajriani, N., dkk. (2024). Teknik triangulasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*.

- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisya, M., & Ahyar, D. B. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Prasmana, I. K. D., Rahanatha, G. B., Kusumadewi, N. M. W., & Giantari, I. G. A. K. (2026). Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 15(2), 228–244.
- Pratiwi, B. E., & Habiburrahman. (2024). Pengaruh direct marketing pada live shopping Shopee terhadap keputusan pembelian parfum Mykonos. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2).
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2024). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson Education.
- Romdona, S., Aliyah, N., Rohmah, S., Azizah, N., Karimah, L., Nafisah, S., Fikri, A., & Hidayat, T. (2026). Macam-macam teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian*, 4(1), 12–27.
- Rukin. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). CV. Jakad Media Publishing.
- Setyawan, L. A., & Yuliana, L. (2026). Transformasi perilaku konsumen parfum lokal: Peran live streaming dan e-WOM dalam mendorong keputusan pembelian Mykonos. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 7(1), 184–196.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi ketiga). Alfabeta.
- Sutrisna, Y., & Salim Siregar. (2025). Pengaruh influencer marketing dan live streaming terhadap keputusan pembelian parfum Mykonos. *Jurnal Bisnis, Logistik dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 5(1), 17–22.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social media marketing* (4th ed.). SAGE Publications.

- UMSIDA Preprints. (2025). Pengaruh kolaborasi influencer terhadap pangsa penjualan parfum Mykonos. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Wafa, A. (2026). 10 brand parfum terlaris di Shopee berdasarkan pangsa pasar. GoodStats.
- Wahyuni, K. T., & Prasetyo, D. (2025). Studi persepsi perempuan Gen Z terhadap personal branding Trisha Phawta (@cadburylemonade) di TikTok.
- We Are Social & Meltwater. (2025). Digital 2025: Indonesia. We Are Social. Diakses dari <https://wearesocial.com>
- We Are Social & Meltwater. (2026). Digital 2026: Indonesia. We Are Social. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Wibowo, A., & Ayuningtyas, R. (2024). Karakteristik Generasi Z sebagai konsumen digital di Indonesia. Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 141, 588–600.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- YouGov. (2025). Indonesia Media Consumption Report 2025. Dalam Kompas.id (28 Agustus 2025). Diakses dari <https://www.kompas.id/artikel/en-pengguna-medsos-di-indonesia-didominasi-gen-z>